

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE ANTROPOLOGIA
MESTRADO EM ANTROPOLOGIA**

CARLA LUEDY REGO

**MÍDIAS SOCIAIS E ETNOGRAFIA DA RECEPÇÃO:
O FILME *JOGOS VORAZES* E ALGUMAS INTERPRETAÇÕES POSSÍVEIS A PARTIR
DO FACEBOOK.**

**SÃO CRISTOVÃO – SE
2016**

CARLA LUEDY REGO

**MÍDIAS SOCIAIS E ETNOGRAFIA DA RECEPÇÃO:
O FILME *JOGOS VORAZES* E ALGUMAS INTERPRETAÇÕES POSSÍVEIS A PARTIR
DO FACEBOOK.**

Dissertação de mestrado apresentado ao Programa
de Pós-Graduação de Antropologia da Universidade
Federal de Sergipe como pré-requisito para obtenção
do grau de mestre em Antropologia.

Orientador: Dr. Luiz Gustavo Pereira de Souza
Correia

**SÃO CRISTOVÃO – SE
2016**

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

R343m Rego, Carla Luedy

Mídias sociais e etnografia da recepção: o filme jogos vorazes e algumas interpretações possíveis a partir do facebook / Carla Luedy Rego; orientador Luiz Gustavo Pereira de Souza Correia. – São Cristóvão, 2016.
108 f. : il.

Dissertação (mestrado em Antropologia) – Universidade Federal de Sergipe, 2016.

1. Antropologia cultural. 2. Etnologia. 3. Comunicação de massa e cultura. 4. Mídia social. 5. Facebook (Rede social online). Cinema na etnologia I. Correia, Luiz Gustavo Pereira de Souza, orient. II. Título.

CDU 39:316.774



CARLA LUEDY REGO

**"MÍDIAS SOCIAIS E ETNOGRAFIA SOCIAL - O BLOCKBUSTER
NORTE-AMERICANO *JOGOS VORAZES* ENQUANTO
DELIMITADOR ESPACIAL EM AMBIENTE VIRTUAL PARA A
CONSTRUÇÃO DE UMA OBSERVAÇÃO ANTROPOLÓGICA A
PARTIR DA MÍDIA *FACEBOOK*"**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Antropologia da Universidade
Federal de Sergipe e aprovada pela Banca
Examinadora.

Aprovada em: 29. 08. 2016

Prof. Dr. Luiz Gustavo Pereira de Souza Correia (Orientadora/Presidente)
Programa de Pós-Graduação em Antropologia/UFS

Prof.ª Dr.ª Ana Ângela Farias Gomes
Departamento de Comunicação Social/UFS

Prof. Dr. Ronaldo Nunes Linhares
Universidade Tiradentes

**SÃO CRISTÓVÃO (SE)
2016**

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e ao meu irmão, por serem o meu centro e a minha base em todos os sentidos, por construírem comigo o que sou hoje e me darem forças para continuar qualquer projeto em que me envolvi desde a minha infância. Ao meu pai Almir por ter trabalhado incansavelmente das 7hs da manhã às 7hs da noite para poder nos dar a educação que ele mesmo não teve e ainda assistir comigo todos os filmes de ação possível depois do trabalho, “Carla se for chorar vai dormir viu, é só um filme!”. A minha mãe Ana Rosângela por ficar “no meu pé” eternamente para estudar para todos os exames, inclusive e especialmente o vestibular, com direito a café e bolo formigueiro “levanta mãe você tem que estudar”!

Ao meu irmão Lucas por estar do meu lado em todos os momentos de depressão e conflitos existenciais, bem como, nos momentos de distração e relaxamento, além de assistir um monte de filmes questionáveis só para me fazer companhia “p. irmãzinha esse aí é osso viu?!”. Enfim, por me ajudarem a suportar as quedas e a comemorar cada vitória minha. À minha fada-madrinha Almerinda e meu pai-padrinho Euvaldo por funcionarem como mãe e pai inúmeras vezes!

Às minhas amigas, professoras e co-orientadoras de quase todos os meus trabalhos, sem as quais eu não sou ninguém na vida pessoal pior ainda na vida acadêmica, Yersia Assis, Priscila Viana, Elza Andrade e Luiza Freire sem elas eu não terminaria uma disciplina da universidade muito menos escreveria uma dissertação de Mestrado. Aos meus heróis dos momentos finais, Carla Darlem Reis, o professor Ronaldo Nunes Linhares e Ísis Garcia.

Às minhas parceiras e parceiros de UFS, de viagens, de vida e tardes no cajueiro, Vanessinha, Igor, Marcelle, Saulo, Ludmilla, Marina, Catarina, Carla, Jack, Vaneide, Shauane, Dýjna, Jaciara, Maíra, Julieta, Tainah, Sylvinho, Amanda, Alexis, Irlan, Kaike, Anike... correndo o risco de esquecer alguém na correria! À minha filha emprestada Maria Joana, minha trombinha do nariz de batatinha! Ao meu marido Charles por toda a paciência e sua família por todo acolhimento.

A todos os professores envolvidos em minha formação, especialmente professor Marcos Silva por sempre acreditar em mim e me colocar em todos os estágios, rs. Ao professor Frank Marcon por ser um verdadeiro pai dentro do departamento de Antropologia, mesmo quando eu faltava às reuniões do grupo, para ficar perambulando pela UFS, rs. Ao professor e orientador deste trabalho Luiz Gustavo Pereira. Aos professores Romero Venâncio e Ana Ângela pelas orientações durante o processo. Ao professor Ulisses Rafael por

estar sempre disposto a me ajudar! Obrigado também à secretária Regiane, por sempre tentar resolver todos os nossos problemas da melhor maneira possível!

A todos os envolvidos em minha formação pessoal e profissional, meu literal muito obrigada!

RESUMO

A partir de uma abordagem histórico-cultural, esse trabalho promove a elaboração de uma etnografia da recepção através da observação dos comentários publicados por indivíduos dentro de uma comunidade da mídia social *Facebook*. Tal comunidade foi escolhida em virtude de seu tema central, o blockbuster norte-americano *Jogos Vorazes*, lançado em formato fílmico no ano de 2012 e amplamente comercializado e divulgado no Brasil. Inicialmente construímos uma breve retrospectiva histórica sobre as diversas problemáticas que giram em torno da utilização das imagens em pesquisas acadêmicas bem como em trabalhos científicos, em virtude de suas formas de concepção e de utilização pelos indivíduos até então. O desmontamento do modelo capitalista de economia liderado pelos Estados Unidos da América pós-guerras, e o atrelado desenvolvimento da indústria cinematográfica hollywoodiana, são considerados fatores determinantes para a difusão mundial das suas produções cinematográficas. Finalmente, abordamos o surgimento das redes sociais, em especial da mídia social escolhida enquanto campo de observação virtual, o *Facebook*, a qual possui origem norte-americana e está situada entre as três mídias sociais mais utilizadas pelos brasileiros com acesso à internet atualmente, evidenciando as diversas possibilidades de manifestações sociais dos indivíduos que se apresentam tanto enquanto membros participantes quanto produtores e divulgadores de discursos diversos.

Palavras-chave: Cultura de Massas. Etnografia da Recepção. Indústria Cultural. Mídias Sociais. Sociedades Multiculturais.

ABSTRACT

From a historical-cultural approach, this work promotes the development of a reception ethnography through observation of the comments posted by individuals inside a Facebook social media community. This community was chosen because of its central theme, the American blockbuster *The Hunger Games*, released in filmic format in 2012 and widely marketed and released in Brazil. Initially we built a brief historical overview of the various issues that revolve around the use of academic research in images as well as scientific works, by virtue of its forms design and use by individuals so far. This predilection is discussed and questioned, and the conditions that made possible, especially from the First World War - 1914/1918 - (with a significant worsening after World War II - 1939/1945). The birth of the capitalist economic model led by the United States of post-war America, and the linked development of the film industry in Hollywood are considered decisive factors for the global distribution of their film productions. Finally, we discuss the emergence of social networks, especially social media chosen as virtual such as Facebook (which has North American), origin and is situated between the three social media most used by Brazilians with Internet access currently, showing the various possibilities of social manifestations of individuals who present themselves both as members participants as producers and disseminators of many speeches.

Keywords: Cultural industry. Ethnography Reception. Mass Culture. Multicultural societies. Social media.

LISTRA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1	Razões pelas quais os brasileiros usam a internet.....	36
Gráfico 2	Principais redes sociais utilizadas pelos brasileiros na internet.....	37
Gráfico 3	Renda e público alcançado pelo filme <i>Jogos Vorazes</i> no Brasil.....	51
Gráfico 4	Imagens 2011.....	78
Gráfico 5	Tipologia dos Comentários – 2011.....	79
Gráfico 6	Imagens 2012.....	80
Gráfico 7	Tipologia dos Comentários – 2012.....	81
Gráfico 8	Imagens – 2013.....	82
Gráfico 9	Tipologia dos Comentários – 2013.....	83
Imagem 1	Foto da tela: comunidade <i>Jogos Vorazes – o filme</i>	61
Imagem 2	Foto da tela: comunidade <i>The Hunger Games</i>	61

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Salas, renda e público alcançado pelo filme <i>Jogos Vorazes</i> no Brasil.....	51
Tabela 2	Tentativas de interação direta.....	54
Tabela 3	Questionário publicado nas comunidades e as respostas recebidas.....	55
Tabela 4	Abordagens teóricas sobre a internet.....	64
Tabela 5	Postagens e Imagens.....	67
Tabela 6	Categorias de Comentários.....	73

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2.1 O cinema e seus elementos simbólicos	14
2.2 Atualizações e adaptações	16
2.3 Sociedades multiculturais	19
2.4 Novas tecnologias, novos consumos	22
2.5 O filme <i>Jogos Vorazes</i> e suas representações	26
3.1 O surgimento da internet e as posteriores redes de compartilhamento de arquivos	32
3.2 Dados sobre a utilização da Internet no Brasil	34
3.3 Supermodernidade e produção de <i>não-lugares</i>	36
3.4 O ciberespaço e suas possibilidades	40
3.5 Netnografia / Etnografia Virtual / Ciberetnografia	43
3.6 O cinema e o filme <i>Jogos Vorazes</i>	45
4 SOBRE A OBSERVAÇÃO: INTERPRETAÇÕES POSSÍVEIS A PARTIR DA COLETA DE DADOS	52
4.1 Algumas considerações: tentativas e limitações	52
4.2 Observação e Análise de amostras: as imagens publicadas e o comportamento dos indivíduos participantes	61
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIA	89
ANEXO	95
ANEXO A – Tabela da ancine de distribuição em salas 2009 – 2014 (Total)	95
ANEXO B – Tabela da ancine de distribuição em salas 2009 – 2014 (Filmes brasileiros)	96
ANEXO C – Tabela da ancine de distribuição em salas 2009 – 2014 (Filmes estrangeiros)	97
ANEXO D – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2011	98
ANEXO E – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2013	99
ANEXO F – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2014	100
ANEXO G – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2015	101
ANEXO H – Formulário para pesquisa	102
ANEXO J – Fotografias do lançamento do filme: <i>Jogos Vorazes: A Esperança</i> (part. I)	106
ANEXO M – Print screen da janela de conversação facebook, jogos gratuitos e da loja de aplicativos para celular (Brasile EUA)	108

MÍDIAS SOCIAIS E ETNOGRAFIA DA RECEPÇÃO: O FILME *JOGOS VORAZES* E ALGUMAS INTERPRETAÇÕES POSSÍVEIS A PARTIR DO FACEBOOK.

Sociabilidade, construção de conhecimento, informação, entretenimento, arte, política, etc. todas essas atividades humanas estão sendo profundamente afetadas pelo desenvolvimento acelerado desse novo mundo chamado ciberespaço. (JUNGBLUT, 2015).

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, duas estruturas, dentre outras, exercem indiscutível fascínio sobre as sociedades contemporâneas urbanas ocidentais, são elas o cinema e o *ciberespaço*. O cinema já é conhecido dos homens há mais de um século, no entanto, com o advento das novas tecnologias, seus aprimoramentos e seu alcance espacial – em termos de mercados a nível global – vem multiplicando seu potencial, tanto de fascínio quanto de representação. Segundo Monteiro (2007) a origem do termo *ciberespaço* remonta à década de 1980, década onde se desenvolveu a primeira rede de computadores interligados, chamada ARPANET, e posteriormente o que viemos a chamar de *internet*.

O presente trabalho pretende se debruçar sobre um *organismo* que articula de forma indireta essas duas estruturas viabilizadas pelo avanço das novas tecnologias, o cinema e o ciberespaço. Nosso campo de observação diz respeito a uma estrutura proporcionada pela internet, uma *rede social virtual*, o que corresponde, grosso modo, a um ambiente localizado e viabilizado pela internet. Nesse ambiente os indivíduos se organizam a partir de um ponto de convergência, o qual pode corresponder a diversas estruturas que vão desde uma ideia compartilhada, um evento, ou, como no caso desta pesquisa, em torno de um filme. A rede social escolhida por esse trabalho, tem como tema central uma produção cinematográfica norte-americana.

Nessa medida, essa pesquisa se debruça sobre possíveis reverberações do filme *Jogos Vorazes* (2012) a partir da observação de uma comunidade virtual localizada na rede social *Facebook*. Partindo das observações acerca das possíveis codificações/decodificações trabalhadas por Stuart Hall (2003) acerca do signo televisivo em “*A Diáspora*”. Acreditamos que o cinema ficcional hollywoodiano, vinculado a uma tendência industrial de produção e na máscara viabilizada pela cultura do entretenimento, possui as mais poderosas ferramentas

para, inserir signos, legitimar práticas e construir pressupostos, principalmente nas regiões sobre as quais os norte-americanos exercem alguma espécie de domínio político e cultural.

Partindo de uma contextualização sobre a necessidade de uma nova reflexão sobre a maneira a partir da qual a ciência antropológica observa o outro e seus contextos culturais, sugerida por Boas (2004) e ressaltada por Geertz (2008), esse trabalho busca enfatizar a importância de se compreender a influência dessas novas ferramentas de comunicação, principalmente no que diz respeito ao período que corresponde ao pós II Guerra Mundial, sobre os indivíduos, as sociedades e os diversos contextos culturais existentes.

As sociedades multiculturais trabalhadas por Hall (2003) dizem respeito justamente às transformações desse mesmo período, e atreladas a essas, as novas ferramentas de interação cultural desenvolvidas, bem como as rupturas e processos originados a partir destas. Ressaltando que as mais diversas influências e estruturas ideológicas de dominação e identificação podem ocorrer entre tais culturas, e que é preciso atentar para os processos de legitimação e produção de gostos, produtos e condutas.

O presente trabalho acredita que se faz mais do que necessário o desenvolvimento de métodos e técnicas antropológicas que voltem seu olhar para a observação do cinema de forma geral, já que se percebe que os sentidos proporcionados por estes comovem de forma diferenciada, bem como que as codificações/decodificações também se inserem na composição do discurso audiovisual, o que enfatiza ainda mais a pertinência, e até mesmo uma urgência em se analisar tal discurso de maneira científica, para dessa forma suscitar os debates necessários acerca de todos esses sentidos transmitidos pelo mesmo.

Pretendemos aqui discutir mais especificamente o advento da comunicação de massa, notadamente, a partir de uma amostra relacionada ao cinema hollywoodiano, enquanto possível ferramenta de legitimação ideológica dentro dessa nova lógica industrial de produção e consumo de narrativas audiovisuais.

Para isso utilizaremos um novo conceito que vem sendo trabalhado na Antropologia contemporânea, o de “etnografia da recepção”. Tal conceito vem sido forjado em virtude dos novos meios de comunicação desenvolvidos na atualidade, e diante da necessidade de se compreender o que estes leitores, principalmente os ditos *internautas*, vem absorvendo da enxurrada de informação que a internet publiciza diariamente.

Para o desenvolvimento da observação escolhemos uma comunidade situada na mídia social *Facebook*, veiculada pela distribuidora do filme *Jogos Vorazes* (2012) no Brasil, a *Paris Filmes*. Posto isso, este trabalho acompanhou as postagens imagéticas de tal comunidade a partir do ano de 2011 até 2013, para viabilizar a organização de observações

sobre os tipos de representações e informações viabilizadas nestas redes, bem como as supostas fontes destas, veiculadas nos mesmos.

No seu *face* = rosto *book* = livro, o indivíduo pode ser apenas ele mesmo, o que ele gostaria de ser, ou até mesmo, um misto dos dois. E é justamente sobre esses rostos representados na comunidade selecionada por essa pesquisa que esse trabalho pretende se debruçar. Para que, a partir das nuances reconhecidas no material que circula em tais *livros*, formular nossas observações sobre de que maneira, esses indivíduos que ali se colocam, receberam e reproduzem suas interpretações - forma textual – a partir das imagens veiculadas pela comunidade sobre o filme *Jogos Vorazes*.

2 NOVOS CONTEXTOS, NOVAS ABORDAGENS

2.1 O cinema e seus elementos simbólicos

A partir da criação do cinematógrafo e dos aperfeiçoamentos técnicos e científicos desenvolvidos em virtude do mesmo, a produção de materiais visuais (mais tarde audiovisuais), foi intensificada e aprimorada, originando o cinema e posteriormente a televisão. Estes, atualmente, se situam dentro do que chamamos de ‘veículos de comunicação de massa’, estando inseridos no dia-a-dia de grande parte da população mundial. Ambos, devido à construção de uma representação imagética aparentemente fidedigna à realidade dos indivíduos, conseguem despertar sentimentos, orientar costumes, definir gostos e até mesmo criar necessidades, sejam estas de consumo ou de representações sociais.

Dessa forma, o Cinema, apesar de encarado em sentido analítico como uma composição de símbolos sem importância científica real, sempre impressionou pela indiscutível capacidade de provocar sensações nos indivíduos. Nessa medida, a partir da segunda metade do século XX, alguns teóricos passaram a questionar essa desvalorização dos elementos simbólicos. Segundo Bourdieu, não podemos esquecer que as relações de comunicação são sempre estruturadas a partir de relações de poder, o qual é embasado justamente em poder simbólico agregado. Para ele:

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os <<sistemas simbólicos>> cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a domesticação dos <<dominados>>. (BOURDIEU, 1989, p.11).

Atualmente a televisão atinge os mais diversos setores da sociedade, vídeos e imagens estabelecem com o espectador relações simbólicas até então pouco exploradas cientificamente em virtude de uma tradição empírica que desconfia de tudo aquilo que diverge de uma lógica racionalista (verdadeiro x falso), especialmente no que diz respeito à montagens e representações ficcionais. (DURAND, 1994).

Os meios de comunicação, principalmente os audiovisuais, embasam ‘modas’ e tendências de nosso tempo, estabelecem necessidades de consumo, tanto humanizam quanto hostilizam comportamentos. Sendo estes criados, produzidos e difundidos pelos indivíduos,

trazem consigo essencialmente elementos de seu contexto, tanto social quanto cultural. Segundo Wanda M. J. Aguiar,

O homem é, assim, visto como um ser inerentemente social e, como tal, sempre ligado às condições sociais. Homem que, além de produto da evolução biológica das espécies, é também produto histórico, mutável, pertencente a uma determinada sociedade, em uma determinada etapa de sua evolução. Não se está simplesmente afirmando, no caso, que o homem se encontra ligado ao mundo e à sociedade ou que é influenciado por ela, mas sim que se constitui sob determinadas condições sociais, resultado da atividade de gerações anteriores. (AGUIAR, 2000, p.126).

Dessa maneira é fundamental a análise de tais materiais, na medida em que estes são, inevitavelmente, um reflexo da sociedade dos seus criadores, ou seja, é preciso investigar o que tais produções trazem de elementos inspirados em realidades, e o quanto, e como, as mesmas podem repercutir entre os indivíduos de uma determinada sociedade.

Entre as abordagens da História das Mentalidades, Jacques Le Goff (1976), defende que a partir da observação dos cotidianos sociais é possível ter acesso aos estilos das épocas, evidenciando a importância dos costumes cotidianos para se conhecer ao máximo a estrutura de um grupo. O historiador Marc Ferro também evidencia a importância de se estudar as representações fílmicas, além de ressaltar seu potencial revelador, segundo ele o filme é um testemunho de seu tempo. Para Ferro,

O filme tem essa capacidade de desestruturar aquilo que diversas gerações de homens do Estado e pensadores conseguiram ordenar num belo equilíbrio. Ele destrói a imagem do duplo que cada instituição, cada indivíduo conseguiu construir diante da sociedade. A câmara revela seu funcionamento real, diz mais sobre cada um do que seria desejável mostrar. Ela desvenda os segredos, apresenta o avesso de uma sociedade, seus lapsos. (FERRO, 2010, p.31).

Estamos no século XXI e o que norteia os parâmetros da grande maioria das ciências tradicionais ainda são praticamente os mesmos, definidos minimamente há dois séculos (DURAND, 1994). Vivemos numa sociedade diferente daquela, onde a produção dos discursos não se atrela mais unicamente a textos escritos. O mundo globalizado tem gerado uma série de rupturas naquilo que poderíamos chamar de 'identidades culturais'. Os indivíduos recebem diariamente cargas 'ideológicas' de comunidades diversas, e sejam estas superficiais ou indutivas, provocam mudanças contínuas nos referenciais pré-estabelecidos socialmente para os mesmos.

Os meios de comunicação exercem um papel determinante neste fluxo de informações, e as estruturas fílmicas veiculadas a partir do cinema ou da televisão atrelam a essa transmissão globalizada de valores uma carga de sentimento diferenciada. Esses indivíduos espectadores não só veem como também são induzidos a sentir diversas realidades e contextos socioculturais. Como diria o historiador Peter Burke (2004, p.17), “O Poder do filme é que ele proporciona ao expectador uma sensação de testemunhar os eventos.

2.2 Atualizações e adaptações

A partir da segunda metade do século XX instaurou-se no meio científico aquilo que ficou conhecido como a ‘crise dos paradigmas das ciências humanas’. Tal crise referia-se, grosso modo, a uma impossibilidade e (ou) inadequação dos antigos conceitos utilizados pelos cientistas, de forma geral, em dar suporte à observação e compreensão dos novos e diversos contextos políticos, culturais e sociais que passaram a se desenvolver e ganhar visibilidade a partir das mudanças ocorridas no período.

Como aspecto mais determinante dentro das mudanças ocorridas na conjuntura atual, nos referimos as transformações sofridas pelo sistema capitalista e o desenvolvimento dos veículos de comunicação de massa (bem como as mais diversas ferramentas relacionadas a estes). Nos referimos aqui a essa nova estrutura do capitalismo baseada cada vez mais em estruturas de capital fictício e sistemas de crédito, onde a especulação financeira torna-se também um meio de produção de capital.

Em sentido semelhante, os meios de comunicação de massa também produzem estruturas de especulação atreladas a organismos produtores de capital. Especula-se sobre qual leitura os jornais farão de determinados eventos, especula-se sobre a programação dos canais de televisão, especula-se sobre os capítulos das novelas brasileiras, especula-se sobre as continuações de determinados filmes, dentre outros exemplos. E nesse contexto a internet¹ possui as melhores ferramentas de aglomeração, onde é possível não só organizar bem como fomentar todos esses tipos de especulações.

A intensificação do modelo de economia capitalista gerou uma completa inadequação dos antigos modelos de observação totalizantes (os quais partiam de uma observação do

¹*Internet - substantivo feminino inf tel* rede de computadores dispersos por todo o planeta que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo comum, unindo usuários particulares, entidades de pesquisa, órgãos culturais, institutos militares, bibliotecas e empresas de toda envergadura. Disponível em Dicionário online ETIM *ing.*

macro) utilizados pelas ciências, principalmente, pelas ciências sociais. Nessa medida a Antropologia, bem como outras ciências, passaram a buscar a construção de novos conceitos e métodos que fossem capazes de abarcar essas novas realidades.

As teorias sociológicas que se atrelavam a esquemas abrangentes de sistemas sociais e culturais já não podiam mais ser aplicadas com eficiência sobre tais realidades, nem mesmo as teorias econômicas e políticas de Marx eram capazes de responder às demandas das mesmas, as quais, principalmente a partir das décadas de 1960 e 1970, adquiriram um caráter de estruturas em transformações de fluxo contínuo e generalizado.

A crise dos paradigmas, ocorrida de maneira mais intensa no pós-guerra, já vinha dando seus sinais desde a década de 1920 e 1930. De forma mais geral desde as últimas décadas do século XIX, já que muitos cientistas consideram que Franz Boas foi um dos responsáveis por mudanças na própria forma de se compreender a Antropologia. Até mesmo a História foi afetada por tal crise, e da mesma forma que a Antropologia, teve seus paradigmas revistos.

Em meados do século XIX e início do século XX o antropólogo Franz Boas (2004) lançou as bases do que mais tarde seria chamado de antropologia moderna, onde ele desenvolve uma crítica ao antigo método comparativo evolucionista utilizado até então pelas ciências sociais, indo de encontro às inúmeras teorias racistas em voga no período. Boas sugeriu, então, a construção de um método onde a observação dos objetos partisse do micro para o macro, das especificidades das estruturas para uma compreensão mais geral, propondo também que os indivíduos estão condicionados a construir interpretações sobre o “outro” influenciados inevitavelmente por sua própria estrutura cultural de origem.

As inovações inseridas por Boas no meio científico, principalmente no que se relaciona com as Ciências Sociais, vinculam-se justamente ao questionamento de como as antigas leis universais e totalizantes poderiam ser capazes de definir e conceituar realidades tão diversas e específicas, em universos socioculturais tão variados e muitas vezes até, ainda desconhecidos.

Ao mesmo tempo em que esse questionamento é lançado entre as ciências, Franz Boas, considerado por muitos estudiosos como o pai da Antropologia Contemporânea, lança as bases para uma observação relativizante, onde o outro deve ser compreendido dentro de seu próprio contexto, sem por isso ser lido de maneira preconceituosa ou enquadrado de maneira genérica dentro de alguma lei que enquadre todo diferente dentro de um organismo comum.

O Relativismo cultural se apresentou então enquanto meio que transportava a antiga Antropologia vinculada aos ultrapassados paradigmas evolucionistas e biologistas, para uma

releitura dela mesma, voltada para a construção de novos paradigmas, os quais dizem respeito ao estruturalismo e ao culturalismo. Essa relativização tão determinante para os “futuros” da ciência antropológica, se refere principalmente à constatação de que é preciso que haja, por parte do pesquisador, uma maior preocupação quando este for se referir ao “outro”, ao “observado”.

Este outro precisa ser compreendido enquanto ser proveniente e resultante de um processo e estrutura cultural diferente do seu, e dessa maneira, é preciso encarar de forma relativa as interpretações feitas sobre o mesmo. O *processo* e os *mecanismos* que viabilizam que este outro formule esta ou aquela conclusão, atividade ou conduta, é o que vai ser identificado como fator fundamental para a observação de tal estrutura.

O uso de traços semelhantes entre estruturas culturais diferentes e distantes é, para Boas, incapaz de provar a existência de uma suposta conexão universal entre contextos diferentes. Para ele, no final do século XIX, antes mesmo do advento da II Guerra Mundial, já se mostrava necessário que a ciência antropológica voltasse o seu olhar para os *processos* que determinavam a formação de traços específicos em culturas variadas.

Tais traços, encontrados de maneira semelhante em contextos diferentes observados, poderiam ser capazes de explicar algumas supostas estruturas que orientam o prosseguimento das sociedades em diferentes espaços físicos e temporais no decorrer da história da civilização.

É bom reafirmar, nesse momento, um dos principais objetivos da pesquisa antropológica. Concordamos que existam certas leis governando o desenvolvimento da cultura humana e nos empenhamos para descobri-las. O objetivo da nossa investigação é descobrir os *processos* pelos quais certos estágios culturais se desenvolveram. Os costumes e as crenças, em si mesmos, não constituem a finalidade última da pesquisa. Queremos saber as razões pelas quais tais costumes e crenças existem – em outras palavras, desejamos descobrir a história de seu desenvolvimento. O método atualmente mais aplicado em investigações dessa natureza compara as variações sob as quais os costumes e as crenças ocorrem e se esforça por encontrar a causa psicológica comum subjacente a todos eles. (BOAS, 2004, p. 33, grifo do autor).

Mais tarde, inspirado pelas inovações sugeridas por Boas e influenciado pelo contexto do pós-guerra, o antropólogo norte-americano Clifford Geertz (2008) inaugurou o que veio a tornar-se a posteriore o que se denominou de Antropologia Interpretativa. Geertz, em sua famosa obra *A interpretação das culturas*, lançada em 1926, propôs a composição de uma ciência que buscasse uma interpretação das culturas observadas, compreendendo estas enquanto “*teias de significação*” construídas pelos próprios indivíduos. Essa busca por tais significados e associações existentes entre estes deveriam ser colocadas como os objetos

fundamentais de tal investigação, além de considerar a necessidade de uma postura “relativizante” ao observar a composição cultural do outro.

2.3 Sociedades multiculturais

Clifford Geertz, em fins da década de 1920, trouxe para a ciência antropológica seu conceito semiótico de cultura, através do qual, segundo ele, se enfatiza um esforço interpretativo na atividade de observação dos “objetos” culturais. Esse esforço, por sua vez, deveria se basear na composição de uma “descrição densa”, onde o pesquisador (observador), passaria a escolher em seu objetos, os significantes e as estruturas simbólicas mais expressivas dos fatores A ou B que este pretendesse observar e descrever.

Geertz enfatiza que este observador intérprete não pode “esquecer” ou agir como inexistente durante seu exercício descritivo. Para ele é preciso que o pesquisador se contextualize no desenvolvimento de sua pesquisa, na medida em que uma série de influências e reflexos de seu próprio sistema cultural irão inevitavelmente influenciar a leitura e a interpretação dos contextos observados.

O fazer etnográfico desenvolvido pelos antropólogos, veio a ser considerado mais tarde um denominador comum entre diversos pesquisadores de diversas áreas, independentemente das crises e reavaliações de paradigmas. Este se refere, grosso modo, a um processo de coleta e descrição de dados. Partindo desses dados, as interpretações formuladas pelo observador, atreladas a seus próprios conceitos, parâmetros e ideias, empenhados na busca por entendimentos diversos, irá compor o que Geertz (2008) chama de uma *leitura* daquele contexto em questão. A etnografia será composta pelas estruturas de significado selecionadas e observadas pelo pesquisador, as quais são estabelecidas e perpetuadas pela sociedade observada, a partir de princípios e valores próprios, seguindo a lógica própria de legitimidade entre seus membros.

Essas estruturas de significação, o seu estabelecimento e os processos de produção e reprodução de seus caracteres entre os membros de um sistema e gerações posteriores, são o que Geertz (2008) vai considerar enquanto fundamentais expressões do sistema cultural sobre o qual se debruça o etnógrafo. A tarefa central da composição do trabalho etnográfico, bem como da investigação antropológica, será, a partir do estabelecimento de um diálogo com os indivíduos pertencentes ao sistema observado, a composição de uma leitura que torne compreensível uma interpretação dos mais diversos símbolos, signos e estruturas significantes estabelecidas e vivenciadas pelo contexto daquele em observação.

Visto sob esse ângulo, o objetivo da antropologia é o alargamento do universo do discurso humano. De fato, esse não é seu único objetivo – a instrução, a diversão, o conselho prático, o avanço moral e a descoberta da ordem natural no comportamento humano são outros, e a antropologia não é a única disciplina a persegui-los. No entanto, este é um objetivo ao qual o conceito de cultura semiótico se adapta especialmente bem. Como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (o que eu chamaria símbolos, ignorando as utilizações provinciais), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível – isto é, descritos com densidade. (GEERTZ, 2008, p. 10).

O contexto atual sugere a formação do que Hall (2003), em *A Diáspora*, chamou de *sociedades multiculturais*. Pensando numa superficial retrospectiva histórica, apenas em busca de uma explanação acerca do que significaria o termo, podemos localizar a formação de *sociedades multiculturais* desde os primórdios da expansão marítima europeia, e a posterior formação de estruturas coloniais diversas por todo o globo terrestre.

Tal termo se refere à inserção, dentro de um contexto cultural existente e diferenciado, de estruturas de significação culturais ligadas a outros contextos culturais. Como, por exemplo, em se tratando de Brasil, a entrada de aspectos culturais portugueses (em maior escala), sem esquecer das intervenções espanholas, francesas, holandesas, e outras tantas possíveis diante do contexto do período.

Partindo de uma perspectiva mais recente e já mencionada anteriormente, o presente trabalho pretende se voltar às modificações geradas a partir do pós-guerra, principalmente na medida em que estas se relacionam com a formação de um novo tipo de capitalismo industrial (ou capitalismo financeiro para alguns autores), da *indústria cultural* e suas culturas de massa, já que a proposta desse trabalho volta-se à construção de uma etnografia a partir da observação de uma comunidade virtual organizada em torno de um filme hollywoodiano.

Segundo Martin-Barbero (2009), acerca da reflexão do que significa essa indústria cultural, em sua obra *Dos meios às mediações*, é preciso considerar a existência de um sistema que regula ao mesmo tempo em que viabiliza uma *dispersão* das variadas *experiências culturais*,

Parte do sofisma que representa a ideia de “caos cultural” – essa perda do centro e conseguinte dispersão e diversificação dos níveis e experiências culturais descobertas e descritas pelos teóricos das sociedades de massas – e afirma-se a existência de um *sistema* que regula, dado que a produz, a aparente dispersão. A “unidade de sistema” é enunciada a partir de uma

análise da lógica da indústria, na qual se distingue um duplo dispositivo: a introdução na cultura da produção em série, “sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra de arte se distinguia da do sistema social”, e a imbricação entre produção de coisas e produção de necessidades de modo tal que “a força da indústria cultural reside na unidade com a necessidade produzida”; o ponto de contato entre um e outro acha-se na “racionalidade da técnica que é hoje a racionalidade do domínio mesmo”. (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 73, grifo do autor).

Segundo Hall (2003), alguns fatores históricos são fundamentais para a compreensão dessa conjuntura multicultural (referente ao pós-guerra), seriam eles primeiramente o fim do antigo sistema imperial europeu - ressaltando os processos de descolonização vivenciados nesse período, em segundo lugar o fim da guerra fria - e todas as consequências geradas com o fim do modelo comunista enquanto alternativa à estrutura política capitalista, e por último a globalização - sobre a qual o autor enfatiza a formação dos mercados mundiais sugeridos por Marx, a intensificação desta a partir da década de 1970 e o advento das novas tecnologias da informação.

A globalização tem causado extensos efeitos *diferenciadores* no interior das sociedades ou entre as mesmas. Sob essa perspectiva a globalização não é um processo natural e inevitável, cujos imperativos, como o Destino, só podem ser obedecidos e jamais submetidos à resistência ou variação. Ao contrário, é um processo homogeneizante, nos próprios termos de Gramsci. É “estruturado em dominância”, mas não pode controlar ou saturar tudo dentro de sua órbita. De fato, entre seus efeitos inesperados estão as formações subalternas e as tendências emergentes que escapam ao seu controle, mas que ela tenta “homogeneizar” ou atrelar a seus propósitos mais amplos. É um sistema de *conformação da diferença*, em vez de um sinônimo conveniente de obliteração da diferença. (HALL, 2003, p. 59, grifo do autor).

Voltando à definição do que seriam essas sociedades, Hall enfatiza a necessidade de se compreender os dois períodos (colonial e pós-guerra) enquanto momentos diferentes e não necessariamente atrelados, o que ele ressalta é que ocorre uma *mudança de conjuntura histórica de poder*. As transformações vivenciadas no pós-guerra tiveram efeitos muito mais drásticos no que diz respeito à formação das tais sociedades multiculturais, principalmente diante das novas tecnologias de informação desenvolvidas, e da criação da internet, por volta da década de 1980.

2.4 Novas tecnologias, novos consumos

As mais diversas estruturas de significação podem ser consideradas enquanto expressão dos contextos culturais nos quais se inserem, não apenas aquelas que se referem a sistemas políticos e econômicos, mas também, e possivelmente de maneira mais rica e espontânea, aquelas que estão atreladas a sistemas sociais, artísticos ou estruturas espontâneas de representações diversas. Atualmente, as produções audiovisuais compõem um campo razoavelmente novo e cheio de minúcias sobre o qual os pesquisadores das mais diversas áreas ainda não possuem uma metodologia específica para aplicar no processo de observação.

A emergência dos Estados Unidos enquanto modelo (capitalista) de estrutura política e econômica que “deu certo” pós II Guerra Mundial, atrelada ao posterior processo de globalização (dos mercados, dos produtos, dos indivíduos, das culturas...) mais o advento da internet, são fatores primordiais para a compreensão do que Hall definiu como um processo de americanização da cultura global, o qual vincula-se diretamente à ininterrupta, progressiva e crescente exportação de “produtos” norte-americanos para todos os espaços (mercados) onde estes possuam algum tipo de inserção política e/ou econômica.

Esses três fatores, entrelaçadamente, inserem não só o gosto, mas algo semelhante a uma necessidade de afirmação de alguns contextos e indivíduos diante dessa “supermodernidade”, necessidade vivenciada principalmente por povos historicamente explorados, onde contextos políticos e econômicos exteriores determinam o funcionamento de seu sistema de mercado e consumo. Acreditamos que a televisão e o cinema possam ser os principais veículos de divulgação do modelo de vida norte-americano.

Essa modernidade se vincula ao consumo e à apropriação de inúmeros produtos, que podem aparecer tanto quanto meros aparatos estéticos, ou até mesmo como modelos de comportamento social. As ferramentas utilizadas pelo sistema capitalista de produção/reprodução se multiplicam e se transformam progressivamente, principalmente a partir da utilização da internet. Sobre algumas transformações ocorridas no mundo que se constitui depois do período colonialista, principalmente a partir do fim da guerra fria e do surgimento da globalização mercantil, Hall sugere uma série de fatores a serem observados no processo de re/construção dessas sociedades em “diálogo” constante,

Isso inclui: a nova divisão internacional do trabalho, as novas tecnologias de informação global, um ‘descentramento nacional do capitalismo’ a ligação oferecida pela corporação transnacional, a transnacionalização da produção, o aparecimento do modo capitalista de produção, ‘pela primeira vez na

história do capitalismo (p. 350), como uma abstração autenticamente global', a fragmentação cultural e o multiculturalismo, a rearticulação das culturas nativas em uma narrativa capitalista (o exemplo dado é a revivificação confuciana entre a elite capitalista emergente no Sudeste Asiático), o enfraquecimento das fronteiras, a multiplicação em sociedades antes coloniais das desigualdades associadas às diferenças coloniais, a 'desorganização de um mundo concebido em termos de três mundos', o fluxo da cultura 'ao mesmo tempo homogeneizador' (p. 353), uma modernidade que 'não é mais euro-americana somente', formas de controle que não podem ser impostas, mas tem que ser negociadas, a reconstituição de subjetividades nas fronteiras nacionais, e daí por diante [...] (HALL, 2003, p. 123).

Dentre as transformações sugeridas por Hall (2003) algumas são fundamentais para a perspectiva dessa pesquisa, são elas: uma *transnacionalização da produção*, que aqui pode dizer respeito à proposta universalizante de produção de alguns filmes norte-americanos, capazes de promover construções narrativas de caráter multicultural; o *enfraquecimento das fronteiras* culturais, especialmente a partir do surgimento do ciberespaço² e suas estruturas virtuais de possível alcance global (com ressalva para regiões que em virtude de condições políticas e sociais não possuem acesso à rede); e um fluxo cultural ao mesmo tempo *homogeneizador* – na medida em que se pode exportar um modo de vida, e *negociado* – na medida em que é preciso o estabelecimento de conexões subjetivas para a transmissão dos conteúdos³.

A respeito da observação dos organismos televisivos Hall (2003) desenvolve uma crítica aos antigos modelos de pesquisa sobre a comunicação de massa, onde, segundo ele, o processo comunicativo era concebido em termos de circuito: emissor/mensagem/receptor. Para Hall, a pesquisa em comunicação de massa deve considerar momentos distintos, porém, articulados entre eles. Ele sugere que o circuito seja concebido enquanto produção – circulação – distribuição / consumo – reprodução, estrutura que se assemelha à estrutura de produção de mercadorias sugerido por Marx.

A produção discursiva seria composta por: objetos (significados e mensagens), meio (signos-veículos organizados numa linguagem), ambiente (a corrente sintagmática de tal discurso) e por último pelos aparatos (relações e práticas de produção inseridas numa linguagem).

²Conceito a ser trabalhado no próximo capítulo, diz respeito, grosso modo, ao ambiente virtual onde se articula o compartilhamento de dados promovido pela internet.

³Não estamos aqui nos referindo a um processo determinado de transmissão específica, queremos colocar que para que haja qualquer tipo de transmissão de mensagens, intencional ou não, é preciso que se estabeleçam conexões com esses receptores, às quais precisam ser negociadas durante o processo de confecção da estrutura (tanto no que diz respeito aos filmes quanto às plataformas virtuais).

A produção, nesse caso, constrói a mensagem. Em um sentido, então, o circuito começa aqui. É claro que o processo de produção não é isento de seu aspecto ‘discursivo’: ele também se constitui dentro de um referencial de sentidos e ideias: conhecimento útil sobre rotinas de produção, habilidades técnicas historicamente definidas, ideologias profissionais, conhecimento institucional, definições e pressupostos, suposições sobre a audiência e assim por diante determinam a constituição do programa através de tal estrutura de produção. Além disso, embora as estruturas de produção da televisão originem os discursos televisivos, elas não constituem um sistema fechado. Elas tiram assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens de audiência, ‘definição da situação’ de outras fontes, e outras formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada. (HALL, 2003, p. 389).

Segundo o autor é preciso considerar que na construção da composição discursiva de massa, o produto de todo o processo aparece em todos os momentos do circuito. É necessário que se viabilize um sentido para o discurso em construção, pois sem ele não se desenvolve o consumo da mensagem discursiva, além do que, é preciso compreender que esses momentos envolvidos na produção do discurso são importantes, no entanto, um não garante o outro, na medida em que cada um tem suas condições próprias de existência.

O autor coloca que o processo de construção da mensagem não constitui um circuito fechado, será a partir da escolha de temas (dentro do referencial televisivo escolhido), que se buscará a constituição de uma relação de proximidade e identificação entre o discurso e aquele que o consome. A representação montada vai se referir à articulação entre a linguagem do discurso e o real representado, dessa forma significa que quanto mais os códigos e símbolos forem sentidos, maior aproximação haverá entre aquele que codifica e aquele que decodifica este discurso.

Antes que essa mensagem possa ter um ‘efeito’ (qualquer que seja sua definição) satisfaça uma ‘necessidade’ ou tenha um ‘uso’ deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada. É esse conjunto de significados decodificados que ‘tem um efeito’, influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas. Em um momento ‘determinado’, a estrutura emprega um código e produz uma mensagem; em outro momento determinado, a ‘mensagem’ desemboca na estrutura das práticas sociais pela via de sua decodificação. (HALL, 2003, p. 389).

Segundo Hall, os níveis conotativos – espaço onde os contextos ideológicos influenciam os processos de significação – são os fragmentos das ideologias inseridas nos mesmos. A codificação será o momento do processo onde as ideologias vão desenvolver as relações entre os signos utilizados e a sociedade ou contexto em questão. Nesse momento de

inserção de ideologias e construção de sentidos que temos a estruturação do que Hall denominou sentidos dominantes, onde estes constroem sua plausibilidade, o que contribui para um processo de decodificação permeado pelos limites destes sentidos.

A respeito do entendimento acerca do termo ideologia essa pesquisa pretende se nortear a partir das colocações do filósofo Žižek (1994), onde este a coloca como uma espécie de matriz reguladora entre estruturas visíveis e invisíveis no momento de internalização de narrativas. Ou seja, essa estrutura realiza os seus efeitos na instância da interpretação e apropriação das narrativas, sejam estas literárias ou imagéticas. Segundo o autor,

Assim, uma ideologia não é necessariamente ‘falsa’: quanto a seu conteúdo positivo, ela pode ser ‘verdadeira’, muito precisa, pois o que realmente importa não é o conteúdo afirmado como tal, mas o modo como esse conteúdo se relaciona com a postura subjetiva envolvida em seu próprio processo de enunciação. Estamos dentro do espaço ideológico propriamente dito no momento em que esse conteúdo — ‘verdadeiro’ ou ‘falso’ (se verdadeiro, tanto melhor para o efeito ideológico) — é funcional com respeito a alguma relação de dominação social (‘poder’, “exploração”) de maneira intrinsecamente não transparente: para ser eficaz, a lógica de legitimação da relação de dominação tem que permanecer oculta. (ŽIŽEK, 1994, p.13).

Diante disso acreditamos que os filmes, bem como outros organismos audiovisuais, podem inserir de maneira especial esse tipo de matriz reguladora, na medida em que estes realizam representações miméticas acerca dos indivíduos. As práticas, crenças e significados de uma ordem social são então inseridas dentro de um sentido geral nas sociedades, e a televisão por exemplo, enquanto veículo de comunicação de massa, a partir de suas ferramentas, tanto reforça quanto prefere alguns sentidos a outros. O processo de codificação operado durante a construção do discurso não tem domínio sobre o processo de decodificação ‘final’ da mensagem, no entanto, ele produz caminhos capazes de influenciar a decodificação no sentido almejado pelo construtor do discurso.

Uma imagem por si só não pode ser classificada enquanto coisa palpável, matéria, no entanto, uma imagem fílmica, especialmente no que diz respeito aos filmes hollywoodianos (em torno do qual gira a comunidade observada por essa pesquisa) pode também não ser classificada enquanto coisa, mas os seus “símbolos” e representações vem sendo coisificados a partir dessa nova lógica industrial de cultura

2.5 O filme *Jogos Vorazes* e suas representações

O filme em torno do qual se articula a comunidade observada por essa pesquisa, *Jogos Vorazes* (2012), trata de uma temática extremamente contemporânea, os *realities shows* – shows de realidade. Um *reality show* diz respeito, a um gênero televisivo inaugurado pela televisão norte-americana na década de 1970, onde, grosso modo, o que desenvolve é um acompanhamento televisionado em tempo real de um grupo de pessoas comuns em determinado contexto estabelecido pelos idealizadores.

Esse primeiro reality show chamava-se *An American Family*⁴ (1973), e exibiu em 12 episódios, o dia-a-dia de uma família americana na Califórnia. Esse dia-a-dia era condensado em episódios de sem duração específica (existem tanto episódios de 9 minutos, quanto de 30 minutos), e as cenas selecionadas passavam por um inevitável processo de seleção por parte de seus produtores.

A série chocou seus espectadores na medida em que acabou por expor temas problemáticos para a sociedade como o divórcio, pedido pela mãe da família acompanhada, e a homo afetividade, vivenciada por um dos filhos do casal. Apesar do choque causado por tais temas, a série inaugurou um gênero televisivo que veio a tornar-se muito popular não só nos Estados Unidos da América, e evidenciou o fascínio que tais programas *reais* exercem sobre os indivíduos contemporâneos.

Atualmente, esse formato de programa estabeleceu-se enquanto gênero televisivo, e se estende a diversos espaços de interação social, onde, em geral, a dinâmica diz respeito a uma competição entre indivíduos reais condicionados a um contexto físico e espacial específico, seja para se tornar o melhor *chef* de cozinha, ou o *Melhor Amigo* de um país, o melhor lutador, o melhor estilista de moda, dentre outros. Feldman (2007), em sua pesquisa sobre o reality show brasileiro *Big Brother Brasil*, coloca que os *realities shows* funcionam enquanto *dispositivos biopolíticos* que se articulam diretamente com estruturas do *capitalismo imaterial* que permeia a nossa sociedade, segundo ela,

Assim, quando falamos em *reality shows*, e de modo ainda mais expressivo no caso do Big Brother Brasil, estamos designando um duplo movimento, tanto os programas em si mesmos quanto a lógica, também dupla, por meio da qual operam, a saber: a convergência de ‘técnicas políticas’¹² que se pretendem objetivas e totalizantes - como a vigilância, o controle, a regulação dos comportamentos e da dimensão libidinal da vida, a punição e a premiação - com técnicas subjetivas de individualização, ou ‘tecnologias do

⁴ Episódios disponíveis em: <http://www.thirteen.org/american-family/>.

eu'13, por meio das quais se realizam os processos de subjetivação, de criação identitária, de auto-expressão e de exteriorização de si como personagem público. Sendo ambas as 'técnicas' e 'tecnologias' matéria-prima das estratégias biopolíticas. (FELDMAN, 2007, p.17, grifo do autor).

Posto isso, entendamos que o filme ficcional em torno do qual se organiza a comunidade virtual observada, tem como temática central um destes *dispositivos biopolíticos*, trabalhados por Feldman no trecho acima, inserido em um contexto de dominação totalitária. O próprio tema central do filme já configura uma repetição, em forma filme, de uma espécie de *ritual* contemporâneo, um gênero televisivo, onde, “O espetáculo da realidade efetua uma síntese pavorosa do que o espectador da galeria intuía, a permanência do trabalho heterônomo sob o capitalismo, com aquilo que seus sentidos o obrigavam: o entretenimento.” (VIANA, 2012, p. 40).

Um gênero direcionado por uma lógica, que segundo Feldman, tem pretensões totalizantes e que age a partir de *técnicas subjetivas de individualização*. Contemporaneamente é notável que, no que diz respeito ao consumo fílmico em termos mercadológicos, se sobressai a reprodutibilidade técnica aliada à produção em série propiciada pelos mecanismos na indústria cultural, em detrimento de uma estética voltada à arte.

Nas obras cinematográficas, a reprodutibilidade técnica do produto não é, como no caso da literatura ou da pintura, uma condição externa para sua difusão maciça. *A reprodutibilidade técnica do filme tem seu fundamento imediato na técnica de sua produção. Esta não apenas permite, da forma mais imediata, a difusão em massa da obra cinematográfica, como a torna obrigatória. A difusão se torna obrigatória, porque a produção de um filme é tão cara que um consumidor, que poderia, por exemplo, pagar um quadro, não pode mais pagar um filme.* O filme é uma criação da coletividade. (BENJAMIN, 1955, p.3, grifo do autor).

De acordo com o pensamento de Benjamin (1955) as massas modernas possuíam uma paixão por possuir as obras de arte, tornar esses objetos *mais próximos*. Essa materialização e posse das *obras de arte* se realizam no contexto atual, supermoderno, plenamente. Especialmente no que diz respeito ao consumo dessas obras pelos jovens, na medida em que não basta assistir ao filme, existe um desejo de possuir o filme, os cartazes, os adereços, os figurinos, além de uma necessidade de expor para outros indivíduos essa admiração e posse de tal obra.

A partir da observação da comunidade escolhida por essa pesquisa é possível perceber claramente essa necessidade entre seus membros. Para além disso, é possível sentir uma espécie de prestígio maior, dentro do grupo, daqueles que possuem mais artigos relacionados

ao filme. O que nos leva a refletir sobre a colocação de Benjamim (1955) a respeito da reprodutibilidade, onde este coloca que com a vitória da reprodutibilidade técnica essas obras passam a ser criadas a partir de uma lógica de reprodução.

Não queremos colocar aqui que todos os filmes produzidos pelos norte-americanos se enquadram dentro dessa lógica. O que queremos colocar é que muitos desses filmes considerados *blockbusters* (como é o caso do filme *Jogos Vorazes*) parecem se enquadrar plenamente nessa lógica da reprodutibilidade técnica problematizada por Benjamim. A *coisificação* da obra de arte. Sobretudo nas produções voltadas para jovens e crianças, como por exemplo, os desenhos produzidos atualmente pela *The Walt Disney Company*, e toda a gama de artigos criados e comercializados a partir dos mesmos (muitas vezes disponíveis no mercado antes mesmo do lançamento dos títulos).

Este trabalho pretende se debruçar sobre a recepção de um filme Hollywoodiano, acreditando que estes, são os que melhor articulam uma lógica ideológica/mercadológica. Além disso, as produções Hollywoodianas estão atreladas às maiores estruturas reprodutivas da indústria cultural contemporânea – as norte-americanas, e seus produtos evidenciam a síntese entre uma capacidade de agradar seus expectadores sem necessariamente desencadear um processo reflexivo sobre seus temas.

Na era da indústria cultural e da vitória da reprodutibilidade técnica em detrimento da reflexão estética (vitória em termos de quantidade de consumidores), é exatamente esse o poder que o cinema tem, *mimetizar* desejos, os quais, materializados, podem ser “levados para casa”. Além disso, essas produções não promovem apenas a mimese das vontades particulares de cada um, elas as imortaliza, podendo tornar-se propriedades de seus consumidores, seja na sua sala, no seu computador, no papel de parede do seu telefone celular, dentre outras opções reificantes.

O filme tem a capacidade de mimetizar toda a natureza humana, desde uma característica simples como o movimento do corpo humano, o riso ou o choro, aspectos que todo espectador já experimentou em algum momento de sua vida real. Acreditamos aqui que esse processo de reprodução induz à formação de estruturas de conexão individuais, entre os espectadores e o organismo filme, conexões que se fundamentam na experiência de vida de cada indivíduo espectador, e por conta disso, possui um caráter extremamente subjetivo e imensurável.

Diante disso achamos fundamental a observação dos efeitos que tais narrativas cinematográficas de grande porte comercial causam em seus espectadores. Partindo da compreensão de que cada interpretação é individual, porém, articulada a partir das estruturas

sugeridas pela narrativa (fílmica). Segundo Adorno e Horkheimer, é possível que uma *coisificação do espírito* acabe por comprometer até mesmo a relação de cada indivíduo consigo mesmo, segundo eles

O preço da dominação não é meramente a alienação dos homens com relação aos objectos dominados; com a coisificação do espírito, as próprias relações dos homens foram enfeitiçadas, inclusive as relações de cada indivíduo consigo mesmo. Ele se reduz a um ponto nodal das reacções e funções convencionais que se esperam dele como algo objectivo. O animismo havia dotado a coisa de uma alma, o industrialismo coisifica as almas. O aparelho económico, antes mesmo do planeamento total, já provê espontaneamente as mercadorias dos valores que decidem sobre o comportamento dos homens. A partir do momento em que as mercadorias, com o fim do livre intercâmbio, perderam todas suas qualidades económicas salvo seu carácter de fetiche, este se espalhou como uma paralisia sobre a vida da sociedade em todos os seus aspectos. As inúmeras agências da produção em massa e da cultura por ela criada servem para inculcar no indivíduo os comportamentos normalizados como os únicos naturais, decentes, racionais. (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p. 35).

Na medida em que a técnica altera, por exemplo, o movimento da luz, o foco da câmara, o volume do som, dentre outras possibilidades, o indivíduo espectador não percebe o momento exato em que a mercadoria é ali reificada, no entanto, sua mente absorve a existência da mesma, levando-a a níveis muito mais profundos do que o simples *ver*. Na conjuntura de interação indivíduo-filme, as reverberações dos discursos e das mercadorias ideológicas vão ao estágio do *sentir*, esse indivíduo *sente* a mercadoria.

Esse sentimento se articula com estruturas internas específicas de cada indivíduo e contexto, no entanto, algumas mercadorias não só podem como devem, a partir da lógica de mercado da indústria cultural, dialogar mais ou menos com grupos/classes, específicas dentro de um contexto social determinado. A respeito dos mecanismos contemporâneos de *codificação* e *recodificação* de mensagens e discursos sociais diversos, Hall (2003) coloca que estes adquirem cada vez mais um carácter *transcultural*, na medida em que as fronteiras estão cada vez mais dissolvidas pela globalização dos veículos de comunicação.

Para Hall, e também para a nossa reflexão a respeito dessas mercadorias ideológicas que podem ser produzidas pelo cinema (bem como pela televisão e diversos organismos audiovisuais localizados no ciberespaço), os discursos transmitidos não surgem de forma inocente e despreziosa,

Então, a primeira tomada de posição de Codificação/Decodificação, é, em parte, a de interromper esse tipo de noção transparente de comunicação para dizer: 'Produzir a mensagem não é algo tão transparente como parece. A mensagem é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples

como se pensa. A recepção não é algo aberto e perfeitamente transparente, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação. E a cadeia comunicativa não opera de forma unilinear'. (HALL, 2003, p. 354).

Hall concebe o processo comunicativo como um *circuito*, onde emissor/mensagem/receptor compõe uma estrutura que se articula em momentos diferentes, porém interligados e em contínuo processo de significação/resignificação durante todo o circuito. Para ele, as mensagens televisivas pretendem uma *hegemonização da audiência*, algo muito semelhante à pretensa universalidade buscada pelas ideologias discutido anteriormente, e, ainda segundo ele, economia, política e ideologia são organismos que sempre estarão presentes na construção dos discursos.

Canevacci (1990) parte da crença de que a “*máquina de filmar*”, levando em consideração também os mecanismos técnicos que envolvem um processo de composição fílmica, é etnocêntrica, cujo centro se localiza na ‘*civilização patriarcal cristã-burguesa*’. A necessidade construída - histórica, cultural e socialmente – nos indivíduos de seus ritos espirituais estimula o gosto e o desejo por novas ‘*máscaras*’ (aludindo a sociedades tribais), novos ícones a serem admirados.

Ícones que o cinema, principalmente no que se refere aos filmes norte-americanos denominados *blockbusters*, consegue produzir em larga escala. Para além disso, contemporaneamente, as *estrelas de hollywood* constituem um outro mercado estabelecido (publicidade e propaganda), o qual é tão rentável, ou até mais, que o próprio mercado cinematográfico onde estão inseridos.

Segundo Butcher (2004) o cinema surge no momento de transição entre uma sociedade industrial e o que viria a compor a sociedade contemporânea, a qual já se classifica enquanto pós-industrial, e cujos organismos de *organização* não giram mais em torno da esfera da indústria, nesse novo contexto, se privilegiam as ferramentas de cunho subliminares (principalmente a partir do surgimento da internet). No primeiro momento, segundo o autor, os indivíduos se deslocavam entre os eixos escola – família – fábrica, no contexto atual, o eixo do modelo econômico deslocou-se para as estruturas de comunicação (dentre as quais se localiza o ciberespaço) e o controle de informação que nelas circulam. O que torna ainda mais pertinentes os estudos que dizem respeito ao ciberespaço e aos conteúdos em circulação no mesmo.

É como se o espaço do controle e da organização dos indivíduos que anteriormente diziam respeito às instituições da família e da escola, tivessem se deslocado para as estruturas subliminares de comunicação, as quais, circulam de maneira muito mais eficiente no mundo

virtual. Segundo ele, as transformações sofridas pelo cinema são o reflexo das transformações ocorridas na sociedade, e acreditamos nessa pesquisa que o cinema hollywoodiano se tornou – tanto em virtude do capital investido quanto da capacidade técnica desenvolvida – o maior mercado produtor de subjetividade contemporâneo (principalmente pós II guerra mundial).

3 CINEMA, MÍDIAS SOCIAIS E NETNOGRAFIA

3.1 O surgimento da internet e as posteriores redes de compartilhamento de arquivos

Para compreender em que contexto surgiu o que chamamos hoje de *Internet* é preciso voltar brevemente ao período pós II Guerra Mundial e recordar as tensões estabelecidas entre as duas grandes nações que lideraram o fim do conflito, EUA e Rússia. Tal período ficou conhecido na História como período da *Guerra Fria*, onde essas duas nações, aliadas durante a II Guerra Mundial, grosso modo, tornaram-se inimigas ideológicas imbricadas em sistemas políticos diferenciados.

Apesar de não ter ocorrido especificamente um conflito físico que representasse o período, por isso a utilização do termo *fria*, existiu tensão e concorrência nas mais diversas esferas de poder do período, fosse político, econômico ou militar. A disputa entre o modelo norte-americano – capitalista – e o modelo russo – comunista – se estendeu do fim da década de 1940 até fins da década de 1980, com a dissolução da União Soviética e a consequente *vitória* do modelo capitalista.

Durante o período da guerra fria, a disputa entre EUA e União Soviética impulsionou decisivamente os avanços nas áreas relacionadas à tecnologia, especialmente, depois do lançamento do primeiro satélite no espaço, o Sputnik, lançado pela Rússia em outubro de 1957. Como consequência do pioneirismo russo no espaço, episódio que ficou conhecido na história como *corrida espacial*, os EUA criaram uma série de agências voltadas para o desenvolvimento científico e tecnológico, nas quais, se fez necessário o desenvolvimento de redes que interligassem/facilitassem a comunicação entre os pesquisadores – e seus aparelhos (computadores) - envolvidos (CARVALHO, 2006).

Primeiramente foi criada a ARPA - Advanced Research Project Agency – em 1957, coincidentemente em seguida ao lançamento do Sputnik, e a NASA - National Aeronautics and Space Administration – no ano seguinte, 1958.

Concluindo sua estratégia de reinvenção, a ARPA passou a identificar novas áreas apropriadas para as pesquisas de longo prazo e desmembrou-se em pequenas unidades (*offices*) para explorar essas oportunidades. Uma dessas áreas foi relativa aos sistemas de “Comando, Comunicação, Controle e Inteligência” (C3I), para os quais a ARPA propôs pesquisas nas áreas de processamento, análise e tomada de decisões sobre um grande volume de informações, com intuito de aumentar a eficiência nos campos de batalha da guerra nuclear. (CARVALHO, 2006, p. 28, grifo do autor).

Segundo Carvalho, a ARPA, após a criação da NASA, passou a dedicar-se a outras atividades, não só relacionadas estritamente com objetivos militares, mas também, a outras atividades de mérito científico e técnico, especialmente, atividades relacionadas à comunicação e ao novo campo em surgimento, a informática. Dentro das pesquisas organizadas na ARPA, em 1962 o psicólogo Joseph Licklider foi contratado para gerenciar o *Command and Control Program Office* (Programa de Controle e Comando).

Licklider acreditava na construção de uma simbiose entre o homem e a máquina, a qual, proporcionaria a ligação entre ‘*as então separadas técnicas de computação eletrônica*’ (CARVALHO, 2006, p 28). Joseph Licklider foi substituído por Ivan Sutherland em 1964, e esse em 1965 por Robert Taylor, todos envolvidos com pesquisas relacionadas ao estabelecimento de sistemas redes entre computadores. As pesquisas foram iniciadas, oficialmente, por Licklider, mas foi sob o comando de Robert Taylor que se inaugurou a primeira rede interligada de computadores, a ARPANET, em 1966.

As inúmeras vantagens proporcionadas pela comunicação em rede estimularam o avanço das pesquisas e o desenvolvimento de novas estratégias para a transmissão segura e completa das mensagens em rede, o que gerou o surgimento de outras redes experimentais. Segundo Carvalho,

O INWG, grupo responsável pelas especificações técnicas da ARPANET, ficou com a missão de criar uma arquitetura que pudesse interconectar as diversas redes heterogêneas. A ideia era criar uma malha de redes independentes e autônomas interconectadas por *gateways* (equipamentos roteadores) de forma similar aos circuitos da ARPANET, que eram interconectados por IMPs. (HAUBEN, 1995 apud CARVALHO, 2006, p. 44, grifo do autor).

Segundo Carvalho (2009), a primeira exibição do TCP/IP – Transmission Control Protocol / Internet Protocol ocorreu em 1977, utilizando conexão via satélite e rádio. Em fins da década de 1970, a Internet estava devidamente estabelecida enquanto possibilidade real de transmissão de mensagens a partir de redes de computadores interligados via satélite.

Durante toda a década de 1980 a comunicação em rede se estabeleceu e se aprimorou, no entanto, permanecia vinculada a estruturas acadêmicas ou empresariais, sendo utilizada principalmente por especificidades técnicas, atrelada a empresas ou estruturas científicas. As pessoas fora do contexto empresarial ou acadêmico encontravam dificuldades em se articular nesse novo ambiente, porque a interface gráfica da Internet de então era complicada e os usuários tinham não conseguiam se situar nem utilizar os recursos e as informações disponíveis. (CARVALHO, 2006).

O uso amplificado da Internet se deu, mais especificamente, com a criação da *World Wide Web Consortium (W3C)*⁵, ou apenas *WWW*, pelo físico e engenheiro de software britânico Timothy John Berners-Lee em meados da década de 1980 (lançada oficialmente em 1994). Foi ainda nessa mesma década que o britânico iniciou a criação de artifícios virtuais que funcionavam como uma ligação para outros documentos e viabilizavam o armazenamento de novos documentos, os chamados *hipertextos*. (CARVALHO, 2006).

A web, como conhecemos hoje, dentre outros fatores, em virtude de suas interfaces gráficas acessíveis e seu sistema de hipertextos e hiperlinks, tornou-se o maior sistema de hipertextos conhecido, o qual, é responsável por considerável parcela das utilizações de dados na internet. Lembrando que internet e *www* não são sinônimos, a primeira corresponde a uma rede técnica de hardwares e softwares⁶, e a segunda diz respeito à estrutura gráfica que facilitou o acesso à essa rede técnica de hardwares e softwares.

É preciso ressaltar aqui que, segundo o autor, os caminhos para uma *popularização* da internet – no que diz respeito à existência de uma utilização cotidiana, para além dos usuários acadêmicos – foram complexos e tortuosos, mais ainda no que diz respeito ao caráter universal da rede e do acesso gratuito aos *browsers* – programas que permitem a navegação na internet, como o *Internet Explorer* (CARVALHO, 2006). Tal adaptação do uso profissional para o uso cotidiano da internet não se deu de forma instantânea, o que estamos colocando nesse trabalho é apenas uma breve retrospectiva histórica para situar o leitor diante do que é esse novo campo, de onde veio o *ciberespaço*.

3.2 Dados sobre a utilização da Internet no Brasil

Os dados coletados pela PMB – Pesquisa Brasileira de Mídia - 2015 dizem respeito, mais especificamente, aos hábitos de consumo midiáticos da população brasileira, e trazem percentagens de significativa relevância para a perspectiva desse trabalho, na medida em que este se dedica à observação de comunidades virtuais inseridas dentro de uma rede social de caráter mais amplo, o *Facebook*. Os dados foram coletados em 848 municípios, com 300 entrevistadores e cerca de 19.000 entrevistados. Segundo os resultados da PBM,

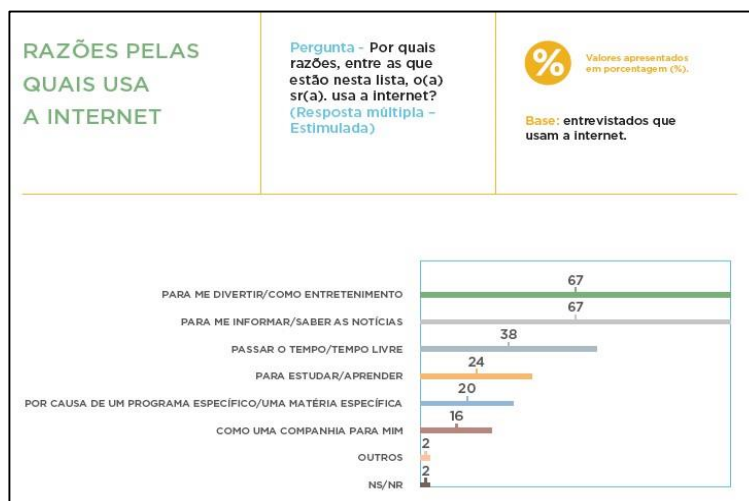
⁵Segundo Carvalho (2006), a *World Wide Web* – rede internacional de computadores – superou os antigos problemas referentes às então interfaces gráficas oferecidas pela internet no período, viabilizando sua utilização para além do público acadêmico.

⁶A título de esclarecimento, utilizamos os termos *hardware* e *software* para nos referir às características técnicas do que significa internet. O *hardware* enquanto os componentes mecânicos, elétricos e eletrônicos através dos quais são montados os computadores, e os *softwares* enquanto o conjunto de programas que viabilizam a utilização do hardware.

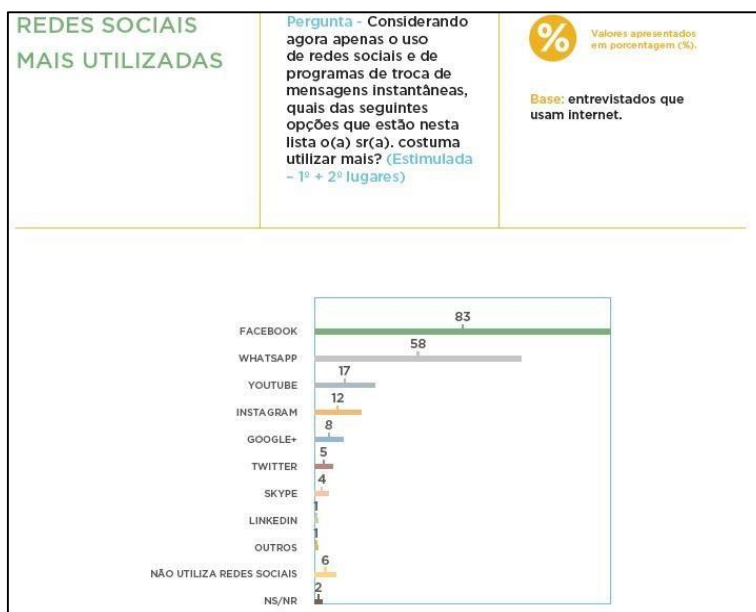
Apesar da sua crescente importância, é alto o percentual de entrevistados que ainda não utilizam a internet (51%). Contudo, entre os usuários, a exposição é intensa e com um padrão semelhante: 76% das pessoas acessam a internet todos os dias, com uma exposição média diária de 4h59 de 2ª a 6ª-feira e de 4h24 nos finais de semana. Eles estão em busca, principalmente, de informações (67%) – sejam elas notícias sobre temas diversos ou informações de um modo geral –, de diversão e entretenimento (67%), de uma forma de passar o tempo livre (38%) e de estudo e aprendizagem (24%). (PMB 2015, 2014, p.49)

Considerando que a internet veio a se popularizar a partir dos anos 1990, um consumo nacional de aproximadamente 49% da amostra de usuários em cerca de 25 anos de estabelecimento, é mais do que representativo da inserção da estrutura Internet no cotidiano dos brasileiros. No que diz respeito ao tipo de mídia consumida na internet pelos usuários investigados, segundo os dados da PMB, as mídias relacionadas a diversão e entretenimento são as mais utilizadas. No que diz respeito às redes, as mais utilizadas são o *Facebook* e o *Whatsapp*.

Gráfico 1 - Razões pelas quais os brasileiros usam a internet



Fonte: PMB, Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira

Gráfico 2 - Principais redes sociais utilizadas pelos brasileiros na internet

Fonte: PMB, Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira.

Podemos perceber diante dos gráficos que a grande maioria dos acessos verificados pela PMB 2015 dizem respeito a utilização do Facebook e do Whatsapp, duas redes sociais. Diante disso nota-se que a maioria dos indivíduos observados direcionam a maior parte de seu tempo de acesso na internet a organismos sociais de caráter virtual, o que representam características de socialização articuladas via computador (celular, tablete, etc.). Tais interações são pautadas em ambientes virtuais o que nos remete ao conceito de *não lugar* discutido por Augé (1990), na medida em que tais espaços não dizem respeito a lugares em seu sentido tradicional.

3.3 Supermodernidade e produção de *não-lugares*

Em obra publicada em 1990, o antropólogo Marc Augé, não faz uma referência explícita à internet, até porque tal instrumento ainda estava em processo de publicização e aprimoramento na década de 1990. Entretanto suas colocações sobre o que comporiam estes *não lugares* e o papel destes no que ele denominou *supermodernidade* nos possibilita visualizar, atualmente, claras alusões ao ambiente virtual como conhecemos hoje.

Algumas das mais complexas problemáticas relacionadas ao estudo do ambiente virtual dizem respeito a seu caráter imaterial e instável. Como se sabe, tal ambiente encontra-

se em constante modificação, tanto relacionadas aos avanços das tecnologias bem como às interfaces gráficas⁷ que compõem os diversos espaços proporcionados pela internet e suas redes.

Quando nos referimos às *interfaces gráficas* nos referimos também, no ambiente observado por esse trabalho por exemplo, às constantes atualizações sofridas pela mídia social *Facebook*. Aludimos tanto às novas ferramentas de interação proporcionadas pela mídia para facilitar sua utilização, quanto a novas estratégias para atrair e manter os usuários em sua plataforma.

Diante de seu caráter virtual, o ciberespaço se torna um campo problemático para o pesquisador, no entanto, não menos rico e complexo que outros campos materiais de possível imersão física. O ciberespaço, mais especificamente o *Facebook*, oferece uma facilidade ao pesquisador que corresponde ao fato de que muito do que se publica em suas comunidades permanece disponível em formato textual, imagético ou auditivo, para uma possível observação e análise posterior ao acontecimento. Segundo Monteiro,

Conclui-se que o ciberespaço é um ambiente que nos permite inúmeras possibilidades de mundo ‘real’. É um universo virtual, plástico, fluido, carregado de devires. O ciberespaço, enfim, é uma grande máquina abstrata, porque semiótica, mas também social, onde se realizam não somente trocas simbólicas, mas transações econômicas, comerciais, novas práticas comunicacionais, relações sociais, afetivas e, sobretudo, novos agenciamentos cognitivos. (MONTEIRO, 2007, p.1).

Porém, diante das especificidades do ciberespaço, os ambientes virtuais ainda não se enquadram no que se convencionou chamar de *lugar*, na medida em que suas características identitárias e relacionais ainda estão em vias de se estabelecer. Segundo Augé, os *lugares* e *não-lugares* correspondem a *polaridades fugidias*, para ele:

Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um lugar que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não lugar. A hipótese aqui defendida é a de que a supermodernidade é produtora de não-lugares, isto é, de espaços que não são em si lugares antropológicos e que, contrariamente à modernidade baudelairiana, não integram os lugares antigos: estes, repertoriados,

⁷“Através da interface gráfica, o computador – uma máquina extremamente complexa, que funciona de forma totalmente misteriosa para os “homens normais” – podia ser usado pelas pessoas comuns, que se apoiam em metáforas do mundo real, do mundo dos escritórios, como o desktop, as pastas de arquivos, latas de lixo, e coisas desse tipo. Através disso a interface dá o controle sobre uma estrutura que no princípio não tem nenhuma relação com esses elementos. A interface gráfica nesse sentido é somente uma mediação que facilitou uma geração inteira de trabalhadores a adotar uma ferramenta totalmente nova”. (Stolfi, 2010, p.37, grifo do autor).

classificados e promovidos a ‘lugares de memória’, ocupam aí um lugar circunscrito e específico. (AUGÉ, 2002, p.73).

Augé ainda coloca, mais adiante, que esta denominada *supermodernidade* funciona como um espaço propiciador da construção de *individualidades solitárias*, onde se proliferam efemeridades, e que é papel dos antropólogos buscar a compreensão de suas dimensões, as quais, se encontram em dissolução constante. (AUGÉ, 2002, p.74, grifo do autor). É bem verdade que atualmente a internet é um instrumento que viabiliza a criação de incontáveis espaços de solitárias individualidades, como pode ser interpretada uma mídia social como o *Facebook*.

Entrar no *Facebook* é se isolar do mundo material e se *projetar* num outro mundo possibilitado por essa nova tecnologia, o que representa um momento de isolamento como mencionado por Augé, momento solitário entre o homem e a máquina. Ao mesmo tempo em que, a partir do momento em que se projeta nesse novo universo, nessa estrutura virtual de mundo, outras possibilidades de socialização são evidenciadas, bem como, outras possibilidades de representação, especialmente no que diz respeito ao próprio indivíduo.

Não apenas no que diz respeito ao *Facebook* especificamente, mas quase toda atividade que o homem desenvolve em seu momento com a máquina computador/telefone é individual, sejam estas atividades de pesquisa ou atividades de interação social. Quando o indivíduo se projeta no ciberespaço ele se desloca para organismos onde se identifica de alguma maneira, espaços que podem se relacionar a trabalho ou apenas lhe proporcionar alguma espécie de prazer.

As mídias sociais como o *Facebook* possuem uma característica ainda mais individualista do que outros organismos do ciberespaço, nela, o indivíduo constrói uma representação de si mesmo para compartilhar com esse outro *mundo*. Esse trabalho parte do princípio de que nem tudo que você encontra nas mídias sociais são verdades absolutas sobre aqueles que a construíram, muito pelo contrário. No entanto, acreditamos que mesmo nas representações ficcionais que o homem faz de si é possível encontrar reverberações observáveis e analisáveis sobre o mesmo.

A internet, bem como outros tipos de mídias sociais, configura por si um produto cultural deste indivíduo *supermoderno*, e nessa medida, inevitavelmente aglomera reverberações deste e de seu tempo. No entanto, esse trabalho acredita que é preciso considerar a internet não apenas como um produto estático, e sim como um produto *virtualmente orgânico* – partindo do pressuposto que as redes funcionam como organismos

interligados – capaz de produzir uma infinidade de outros organismos autônomos dentro do ciberespaço.

Em termos técnicos, a internet foi o resultado do trabalho técnico e intelectual de inúmeros pesquisadores, o que a torna um produto desse tempo, no entanto, as relações, bem como os instrumentos possibilitados dentro dos organismos situados no ciberespaço (viabilizado pela internet), ampliam seu caráter para além de instrumental. Para além da relação solitária homem-máquina, o ciberespaço inaugurou uma série de outros tipos de interações, sejam elas profissionais, sociais ou de deleite.

A internet deve ser entendida e observada a partir de duas perspectivas articuladas, na primeira, ela se apresenta enquanto espaço onde se articula a cultura do ciberespaço, e na segunda enquanto um artefato cultural deste tempo, criada por indivíduos deste tempo com objetivos pré-definidos. (HINE, 2004). A autora enfatiza ainda, a necessidade das investigações sobre a internet e suas possibilidades, não só para os estudos antropológicos, especialmente no que diz respeito a seu uso cotidiano. Segundo Hine:

Em vez de constituir uma amenaza para las relaciones sociales, podría decirse que Internet aumenta sus posibilidades de reestructuración em términos tempo-espaciales, a pesar de operar como extensión de las preocupaciones modernas por el control social. De ahí que sería interesante producir estudios acerca de los usos cotidianos de Internet y las relaciones espacio-temporales que se tejen com su uso. (HINE, 2004, p.16).

O processo de globalização – especialmente a partir do advento da internet – vivenciado pelos *solitários* indivíduos *supermodernos*, intensificou sensivelmente o processo de desterritorialização do homem contemporâneo, bem como das mercadorias e dos valores (ROCHA; MONTARDO, 2005). A partir do estabelecimento do ciberespaço os indivíduos podem se deslocar, virtualmente, para diferentes países, ler diferentes jornais, ou até mesmo fazer ‘amigos’ do outro lado do hemisfério.

Tal desterritorialização se desenvolve de maneira ainda mais agressiva naqueles que dialogam com as interfaces gráficas viabilizadas pelos computadores e pela internet diariamente. As possibilidades de interação entre o indivíduo, a máquina e a informação articulados com as facilitadoras, dinâmicas, e cada vez mais interativas interfaces gráficas, provavelmente afetam as relações existentes entre esses sujeitos consumidores/usuários e objetos consumidos. (ROCHA; MONTARDO, 2005).

A supermodernidade (que procede simultaneamente das três figuras do excesso, que são a superabundância factual, a superabundância espacial e a individualização das referências) encontra naturalmente sua expressão

completa nos não-lugares. Por estes, ao contrário, transitam palavras e imagens que retomam raiz nos lugares ainda diversos onde os homens tentam construir uma parte de sua vida cotidiana. (AUGÉ, 2002, p.100).

Podemos a partir disso colocar que o ciberespaço de fato viabiliza uma efervescência destes não-lugares sugeridos por Augé, na medida em que é inegável o papel de espectador desenvolvido quando se visita o site de um Museu ou o blog de um jornal, por exemplo, “*onde só o movimento das imagens deixa entrever, por instantes, àquele que as olha fugir, a hipótese de um passado e a possibilidade de um futuro*”. (AUGÉ, 2002, p. 81, grifo do autor).

Também é bem verdade, como colocado por Hine (2004), que essa mesma internet inaugurou uma série de novas possibilidades de sociabilidades a partir do ciberespaço, as quais precisam ser investigadas e interpretadas pelos pesquisadores. Podemos caracterizar a atualidade então, de maneira geral, enquanto uma *supermodernidade*⁸ globalizada permeada por relações vinculadas a *não-lugares* virtuais, os quais, *roubam* de seus indivíduos, cada vez mais tempo, o qual possivelmente era usufruído em estruturas materiais.

Nessa medida é possível verificar que dentro de uma mídia social, como o Facebook, por exemplo, o indivíduo, que pode ser qualquer pessoa e estar em qualquer lugar do mundo, pode se colocar tanto enquanto espectador dos eventos quanto protagonizar o próprio espetáculo. (AUGÉ, 2002). Ele pode tanto se conter e apenas observar as imagens, textos e vídeos minando na interface de seu computador, quanto promover suas próprias publicações, seus manifestos ou se posicionar em publicações de outros usuários.

3.4 O ciberespaço e suas possibilidades

Para se desenvolver um trabalho pautado em uma observação direcionada a um ambiente virtual, os questionamentos e as polêmicas relacionadas aos tipos de metodologias a serem aplicadas são muitos, especialmente, porque ainda não se organizou de forma amplamente aceita no meio acadêmico um método para a observação de tais ambientes imateriais.

No entanto, a pertinência de tais observações e da busca contínua por uma maneira que possibilite captar os reflexos dos indivíduos nesse ambiente imaterial, de apropriação individual de caráter subjetivo, se torna cada vez mais urgente e fundamental, na medida em

⁸Usamos aqui o termo supermodernidade para nos referir ao contexto pós surgimentos da internet e novas tecnologias de informação.

que vivemos em um contexto sociocultural extremamente permeado pelas novas tecnologias, bem como, pelo ciberespaço e suas variadas reverberações virtuais.

Para, além disso, desenvolver um trabalho de observação sobre esse ciberespaço, implica em não deixar de refletir sobre a relação homem/máquina estabelecida a partir da atual popularização do acesso a mídias digitais e aparelhos com acesso à internet. Segundo Ferreira (2016), o ciberespaço vem se tornando um espaço onde se articulam conflitos e resistências, além de um fluxo contínuo de informações diversas.

Entendemos a cibercultura como um determinado sistema (ou subsistema) que está organizado em função de um complexo tecnológico bem determinado e uma organização social: essa organização depende da centralização mundial da comunicação na internet (por meio de uma rede de cabos ultramarinos que ligam os diversos países do globo), e na descentralização das formas de acesso, produção e circulação da informação e dos processos comunicativos (possibilitada primeiramente pelos computadores e depois celulares e tablets). (FERREIRA, 2016, p.3).

O ciberespaço, por essência, parte do estabelecimento de uma relação homem/tecnologia, a qual vem se tornando cada vez mais parte da atividade diária dos indivíduos, seja em virtude de estruturas relacionadas ao trabalho, ou em momentos privados de lazer. A comunicação anteriormente relacionada aos jornais, televisões e telefones (em termos de ligações telefônicas), na conjuntura dessa atual supermodernidade pós-globalizada, tem se apropriado do ciberespaço a ponto de termos em formato virtual sites de *relacionamento*.

Segundo Rifiotis (2014) para entender esse ciberespaço e sua cibercultura é preciso que consideremos as duas instâncias desse relacionamento homem/máquina enquanto *agentes actantes*. Para ele os artifícios utilizados para se chegar a esse ciberespaço (computador, celular, tablets, dentre outros) devem ser compreendidos enquanto *intermediadores* da agência do indivíduo dentro dessa cibercultura.

Sabemos que esse debate não se restringe a ‘cibercultura’, porém, no campo que é o nosso, devemos nos perguntar como integrar a plataforma, a tela, o teclado, o mouse ou o toque na tela, a rede wi-fi, a eletricidade, a rede física, etc., mas também as conexões e elementos *off-line*, com a aquilo que chamamos de ‘cultura’ ou ‘sociedade’? O tecido das nossas práticas não nos parece mais inteiriço, eles estão mesclados de elementos, mas exclusivamente como elementos humanos e não-humanos, estes últimos apenas compondo cenários para as relações entre humanos. (RIFIOTIS, 2014, p.9, grifo do autor).

É importante mantermos a clareza de que todos esses artifícios técnicos propiciados pelo avanço das novas tecnologias foram feitos e pensados por indivíduos, e para além disso, todas essas plataformas de interação organizadas dentro do ciberespaço, todos esses ambientes onde se gestam essa nova cultura híbrida pautada na relação homem/tecnologia, são pensados por indivíduos reais, os quais refletem e se atualizam a partir da interação entre sua plataforma e as demais dentro do ciberespaço.

A o ciberespaço existe e funciona justamente a partir dessa íntima relação que se estabeleceu entre esses cientistas e a tecnologia, e por conta dessa simbiose os mecanismos que fazem parecer que este espaço *entende* o homem que ali circula não param de aparecer. Por exemplo, ao pesquisar sobre determinado produto na plataforma de busca do *google*, é acertado esperar que tal produto passe a ser ofertado a esse indivíduo outras plataformas virtuais de forma instantânea, sem necessária interferência do agente inicial.

Esses tipos de apropriações por parte dessas plataformas virtuais acontecem porque estas são pensadas em formato de rede, as quais, a partir de suas ligações, se alimentam e se reproduzem na medida em que os indivíduos as utilizam. As ligações virtuais são pensadas, por homens provenientes deste contexto tecnológico, para funcionar como algo semelhante ao cérebro humano e suas terminações nervosas. Nessa medida, o *netnógrafo*, também produtor de dados virtuais e consumidor dessa cibercultura, elabora, a partir de sua imersão no campo virtual, um relato pautado na observação do fluxo constante de informações a partir do qual *emerge a sociabilidade* de seu ‘objeto’. (RIFIOTIS, 2004).

No caso específico da observação de redes sociais, é importante verificar, registrar, catalogar as possíveis minúcias das relações de identificação estabelecidas entre seus membros e a plataforma. Dentro da mídia social de maior utilização no Brasil atualmente, Facebook, as possibilidades de interação social com outros membros são diversas. São viabilizadas conversas (privadas ou públicas), compartilhamento de imagens, áudios, vídeos, comercialização de mercadorias, organização de eventos, dentre outras possibilidades.

A comunidade escolhida por esse trabalho dentro da mídia social Facebook, desenvolve uma série de artifícios capazes de promover processos de interação social entre seus membros. Publicações com perguntas, sugestões de eventos, promoções, ou apenas o compartilhamento de uma imagem sobre o filme, são capazes de fazer os membros saírem do virtual e se colocarem reais, em formato textual. Tais publicações textuais promovem socializações variadas, que vão de simples concordâncias a discussões entusiasmadas.

Decidimos nesse trabalho desenvolver a observação a partir dos comentários postados pelos membros da comunidade escolhida, no entanto, consideramos que fazer parte do grupo

ou o ato de curtir e/ou compartilhar determinada publicação também diz algo sobre esses sujeitos. Dentro dessas comunidades os indivíduos membros têm a liberdade de se colocar da maneira que se quer, ou até mesmo de não se colocar.

As redes sociais virtuais têm também se apresentado como uma estratégia de publicização de fatos e eventos eventualmente obscurecidos pelas grandes mídias, como colocado por Jungblut (2015) em sua observação sobre os movimentos ocorridos em junho de 2013 no Brasil. Diante da enxurrada de informações que circulam dentro desses espaços, os indivíduos são levados a se manifestar com mais frequência sobre variados temas, entretanto, de maneira menos reflexiva. (JUNGBLUT, 2015).

Esses indivíduos supermodernos – parte e produto – desse contexto tecnológico, se posicionam mais a partir da interação social virtual. Jungblut (2015), em referência à Teoria Ator-Rede de Bruno Latour, coloca que esses objetos viabilizados pelas novas tecnologias tem a capacidade de influenciar posicionamentos individuais, segundo ele

Como nos informa Bruno Latour, ao desenvolver sua Teoria do Ator Rede (TAR), as coisas, os “materiais não humanos” que se articulam em rede com os humanos, além de ‘determinar’ e servir de ‘pano de fundo da ação humana’, [... podem] autorizar, permitir, dar os recursos, alentar, sugerir, influir, bloquear, fazer possível, proibir, etc.’ (LATOUR, 2008, p. 107), ou seja, elas possuem a capacidade de agência sobre nós, humanos. (JUNGBLUT, 2015, p. 17).

A turbulência e a velocidade das informações que se sobrepõem dentro dessas novas estruturas virtuais tanto podem esclarecer quanto confundir, mas é bem verdade, principalmente a partir da observação de trabalhos como o de Jungblut (2015), que essas mídias sociais têm interferido na maneira como os indivíduos recebem, se posicionam e reproduzem conteúdo, dentro da própria mídia ou não, eventos políticos, sociais ou culturais.

3.5 Netnografia / Etnografia Virtual / Ciberetnografia

O método etnográfico, originalmente vinculado à Antropologia, tem se apresentado como uma das melhores alternativas de instrumento metodológico a ser utilizado – para os pesquisadores das ciências humanas – em trabalhos relacionados a esse campo virtual. Alguns termos vêm sendo pensados e utilizados para se referir a estas pesquisas, os mais comuns, especialmente nas ferramentas de pesquisas virtuais, são os termos *netnografia*, *etnografia virtual* e *ciberetnografia* (ROCHA e MONTARDO, 2005).

Grosso modo, vamos utilizar esses termos nesse trabalho como termos que se referem ao campo virtual, sem problematizar, entretanto, se estes se voltam mais para os discursos ou para estratégias comerciais. Inicialmente, essa pesquisa dialoga com a definição de *netnografia* oferecida por Kozinets (1998) em suas reflexões sobre o tipo de literatura pesquisada pelos consumidores do ciberespaço. Segundo ele,

One methodology recently introduced in the consumer research literature is that of netnography, an interpretive method devised specifically to investigate the consumer behavior of cultures and communities present on the internet. Netnography can be defined as a written account resulting from fieldwork studying the cultures and communities that emerge from on-line, computer mediated, or Internet-based communications, where both the field work and the textual account are methodologically informed by the traditions and techniques of cultural anthropology. (KOZINETTS, 1998, p. 1).⁹

Sabendo que a Etnografia corresponde a um método oriundo das Ciências Sociais, especialmente da ciência Antropológica, que objetiva, de maneira geral, a partir da observação de grupos/comunidades/sociedades e da construção de descrições densas sobre estes, a compreensão, ou algo que nos aproxime desta, de diferentes modos de vida e sociedades. A *netnografia* seria exatamente uma tentativa de aplicação da já conhecida etnografia no ciberespaço.

É certo que tal adaptação não se efetiva de maneira simples e automática, é preciso considerar diversas nuances relacionadas a esse novo ambiente de observação, sobre o qual muitas desconfianças acadêmicas contemporâneas são direcionadas. Os cientistas que se dedicam a estudar o ciberespaço ainda estão em vias de estabelecer estruturas que legitimem a observação deste enquanto *campo*.

Rocha e Eckert (2016) sugerem, no que diz respeito à montagem de suas sugeridas *coleções etnográficas*, um entendimento *constelar* de estrutura para o acompanhamento do ciberespaço, para poder agrupar, observar e produzir uma observação antropológica em ambiente multimídias. Multimídia em virtude de todas as possibilidades de compartilhamento

⁹Uma metodologia recentemente introduzida na metodologia de pesquisa do consumidor é a da netnografia, um método interpretativo concebido especificamente para investigar o comportamento do consumidor de culturas e comunidades presentes na internet. A netnografia pode ser definido como um relato escrito resultante do trabalho de campo estudando culturas e comunidades que emergem on-line, mediadas por computador, ou baseadas por comunicação viabilizadas via internet, onde tanto o trabalho de campo quanto o textual são metodologicamente informados pelas tradições e técnicas da antropologia cultural. (KOZINETTS, 1998, p. 1, tradução nossa).

de dados e informações que são veiculadas a partir do ambiente virtual existentes na conjuntura atual.

A supermodernidade atual, produtora e difusora desse ciberespaço, não pode mais ser compreendida de forma distanciada dos recursos tecnológicos digitais. Como colocado anteriormente, a relação homem/máquina mudou a própria dinâmica da comunicação social interpessoal privada. A proliferação de ambientes virtuais e o uso cotidiano de computadores e celulares produziu uma nova gama de artigos e produtos desse tempo, em formato de dados e com circulação virtual independente e indeterminada.

Trata-se, assim, de investir em uma pesquisa sistemática em torno da multiplicidade e do dinamismo da construção do conhecimento com base na tecnologia intelectual, que se origina das redes digitais, e em seus efeitos correlatos, para a apropriação e a recriação de memórias coletivas no mundo contemporâneo, tendo em vista as novas formas de expressão do patrimônio cultural que destilam imagens sobrepostas de pessoas, ruas, lugares, prédios, entre outros, como paisagens da cidade. Assim, o espaço-tempo clássico, com o avanço da tecnologia da informática e das redes eletrônicas (interações em tempo real, transmissões ao vivo, comunicação por correio eletrônico), tende a constranger os lugares ‘realistas’ da memória ao confrontar os sujeitos modernos com a ubiquidade e a profusão de informações. (ROCHA; ECKERT, 2016, p.75).

Nessa medida é preciso reservar um lugar de observação especial para essas novas mídias e tecnologias de comunicação, as quais não viabilizam unicamente possibilidades *técnicas* para o uso funcional das tecnologias, estas vão além da praticidade dos instrumentos e se inserem no cotidiano dos indivíduos que as utilizam.

3.6 O cinema e o filme *Jogos Vorazes*

A ascensão dos EUA enquanto grande potência capitalista pós-guerras mundiais associada uma série de políticas híbridas entre este e seus mercados consumidores, em especial os mercados de países em desenvolvimento, desenvolveu no brasileiro uma aparente predileção pelo tipo de produção cinematográfica norte-americana. A grande maioria do público brasileiro que se desloca às salas de cinema consome os títulos norte-americanos. É claro que, a entrada maciça de filmes estrangeiros com grande investimento em marketing e diversas estratégias de publicidade, afetaram o interesse do público pelos títulos nacionais.

No entanto, atualmente, não se pode desconsiderar, a partir da observação dos gráficos da ANCINE, o que chamamos aqui de um possível *acomodamento do gosto* à estética cinematográfica desenvolvida nos EUA, especificamente aos filmes classificados enquanto

*blockbusters*¹⁰. Para Cesário, tudo isso é reflexo das estruturas de globalização contemporâneas e do estabelecimento de políticas *híbridas* entre as majors¹¹ e as demais nações, especialmente no que diz respeito às relações estabelecidas entre os EUA e os demais países da América Latina, segundo ele

Esse fenômeno é reflexo direto da globalização neoliberal que gera políticas culturais híbridas, fluxo desigual dos produtos culturais e garante a soberania mercadológica e a construção e promoção de uma ‘cultura internacional popular’ – cultura esta que pode ser lida por qualquer cidadão do mundo -, deixando pouco espaço para a diversidade cultural.’ (CESÁRIO, 2008, p.4).

Observando os dados da ANCINE nota-se que mesmo com algumas distribuidoras estrangeiras investindo e distribuindo filmes nacionais, ainda são os filmes norte-americanos os mais procurados pelo público. É possível verificar que, de 2009 até 2014, as distribuidoras norte-americanas dominam mais de 65% do público no mercado interno de salas de exibição, mais de 67% da renda gerada e contando com menos da metade do número de lançamentos brasileiros neste mesmo período (anexo 1). Segundo Cesário,

As relações das cinematografias latino-americanas e hollywoodianas se intensificam neste novo tempo: os cinemas nacionais na América Latina pós anos 90, é realizado dentro da lógica capitalista global e está inserido no contexto da interculturalidade e da transnacionalidade da cultura mundial. O processo de globalização neoliberal resulta em um cinema em constante diálogo com o mercado nacional e internacional, dependente de empresas estrangeiras para sobreviver. (CESÁRIO, 2008, p. 3).

Nessa medida é possível perceber, a partir dos dados encontrados no site da ANCINE - Agência Nacional do Cinema, que se estabeleceu no mercado consumidor de cinema brasileiro um interesse maior pelos títulos norte-americanos - narrativas dinâmicas, graficamente convincentes e permeadas por artistas (*estrelas*) já conhecidos de outros títulos ou produções audiovisuais diversas. Por mais que sejam exibidos filmes nacionais, estes possuem uma pequena margem de participação nas salas de exibição - em virtude de acordos com as grandes distribuidoras, principalmente com o advento da estrutura dos ‘*multiplex*’ (EARP; SROULEVICH, 2009).

¹⁰*Blockbuster* - foi um termo utilizado para nomear uma bomba utilizada na Segunda Guerra Mundial, capaz de destruir um quarteirão em virtude de sua potência. Atualmente, os filmes classificados por esse nome dizem respeito à grandes produções cinematográficas, sobre as quais se pressupõe um grande sucesso de público e de rendimento. São também chamados por alguns autores de *filmes-pipocas*, os quais são, em sua grande maioria, filmes de entretenimento.

¹¹*Majors* – é o nome dado para as grandes companhias de cinema cujas sedes localizam-se nos EUA. Essas companhias recebem incentivos diretamente dos escritórios norte-americanos para as atividades de promoção e distribuição de seus filmes. (ARAÚJO; CHAUVEL, 2004).

A partir das estatísticas observadas no website da ANCINE os consumidores que se deslocam até as salas de exibição, preferem, estatisticamente, assistir aos filmes que se encontram em mais evidência no nos veículos de comunicação (incluindo aqui as novas estruturas referentes ao ciberespaço), os quais, na maioria dos casos, são os *blockbusters* norte-americanos. Segundo dados da ANCINE, no ano de 2012, entre as 10 distribuidoras com maior rendimento no mercado interno brasileiro, sete são norte-americanas. São elas Sonny, Fox, Warner, Paris, Disney, Paramount e Universal), responsáveis por arrecadar 68% do público em salas (anexo 1).

Posto isso, é importante considerar que esse processo de “evidência promocional”, especialmente a partir do estabelecimento do ciberespaço, desses filmes não se referem exclusivamente a um sistema espontâneo gerado por consumidores *inocentes*. O que ocorre atualmente é uma tendência à articulação dos meios de comunicação de forma geral, no caso dos produtos audiovisuais, as agências de publicidade e propaganda, os estúdios cinematográficos, os canais televisivos, e as novas estruturas desenvolvidas no ciberespaço, dentre outras, se organizam de forma cada vez mais unidas.

As *majors*¹² se organizam de forma a inserir seus títulos de maneira cada vez mais agressiva, principalmente no ciberespaço e no espaço físico das salas de exibição (em larga escala nas estruturas dos *multiplex*¹³, sistema que dominou as estruturas de exibição, em especial nas grandes capitais), dos quais, as produtoras e distribuidoras nacionais tornam-se cada vez mais dependentes. Na verdade, mecanismos agressivos de promoção dos títulos estão se tornando estratégia comum, posto que estes potencializam o rendimento imediato do título, principalmente em seus primeiros dias de exibição.

A escolha de uma comunidade virtual organizada em torno de um blockbuster diz respeito a uma curiosidade e inquietação diante dos reflexos destes no público brasileiro. Segundo BUTCHER (2004) os filmes hollywoodianos possuem, desde o início de seu processo de elaboração uma proposta global, onde, se negociam gostos, linguagens, gêneros, aspectos culturais, dentre outras características presentes nas sociedades.

Em virtude de tal proposta criadora universalizante, é preciso considerar as contribuições, tanto bruta quanto intelectual da mão-de-obra imigrante presente nos EUA

¹²*Majors* – é o nome dado para as grandes companhias de cinema cujas sedes localizam-se nos EUA. Essas companhias recebem incentivos diretamente dos escritórios norte-americanos para as atividades de promoção e distribuição de seus filmes. (ARAÚJO; CHAUVEL, 2004)

¹³Sistema Multiplex - “Ele reúne, em um mesmo espaço, um conjunto de salas que exibem filmes de diferentes gêneros, com sessões iniciando a cada cinco, dez ou quinze minutos. Geralmente são explorados por uma mesma empresa e representam uma concentração de diversas formas de lazer, entretenimento e alimentação, pois além de oferecer projeção de diversos filmes em várias salas, abriga também jogos, fast-food, bares, áreas de shows e até pistas de dança”. (SANTOS, 2000, p. 44, grifo do autor).

desde a própria estruturação do país. População esta que participa ativamente das negociações produtivas e constitutivas do imaginário coletivo vigente, o qual influencia inevitavelmente todo tipo de representação construída, atribuindo a estas um caráter multicultural. Segundo Butcher.

Chaplin foi, ele mesmo, um dos personagens que simbolizaram essa era. É de origem inglesa – e, portanto, um imigrante como tantos outros que fundaram Hollywood. Esse elemento transnacional constitutivo da própria força de trabalho da indústria cinematográfica é parte fundadora da mitologia universalista do cinema americano, que até certo ponto se confunde com a mitologia da própria América contemporânea. (BUTCHER, 2004, p. 18).

Ou seja, observamos aqui uma comunidade que gira em torno de um produto pautado em uma linguagem – cinema – que tem o poder de trabalhar com organismos subjetivos, os quais se articulam com as reflexões e intimidades dos sujeitos em suas individualidades. Especialmente a partir do surgimento das novas tecnologias de informação e de compartilhamento de dados, é dentro dessas subjetividades audiovisuais contemporâneas que os diversos signos dessa nova sociedade multicultural pós-globalizada circulam.

Ao contrário, o que há é simplesmente uma *produção* de subjetividade. Não somente uma produção da subjetividade individuada – subjetividade dos indivíduos – mas uma produção de subjetividade social, uma produção da subjetividade que se pode encontrar em todos os níveis da produção e do consumo. E mais ainda: uma produção da subjetividade inconsciente. (GUATTARI; SOLNIK, 1996, p.16, grifo do autor).

Segundo Canevacci (1990), o cinema tem o poder de antropomorfizar tudo para o qual a lente se direcione, ao mesmo tempo em que pode transformar em matéria comercializável, tanto uma roupa quanto um comportamento. As estruturas de repetição e representação mimética dos indivíduos, sejam estas subjetivas ou não, encontram dentro dos organismos audiovisuais posição privilegiada, no que diz respeito à reprodução, divulgação e multiplicação de símbolos, ao passo em que tais produções estabelecem uma conexão individual com cada consumidor, de caráter subjetivo, capaz de influenciar até mesmo, como colocado por Guattari e Solnik (1996), “*os sonhos e os devaneios dos indivíduos*”.

Nessa medida o audiovisual, pode tanto funcionar como uma ferramenta de manutenção e contínua adaptação do sistema capitalista (em constante processo de transformação tecnológica e global de comunicação), quanto aparecer enquanto alternativa de

contestação desse mesmo sistema (principalmente a partir do surgimento do ciberespaço e de uma maior popularização de recursos digitais de produção/reprodução de mídias).

A partir da observação do website da ANCINE, bem como do acompanhamento de notícias informais relacionadas a Cinema de forma geral, é possível perceber que o *sucesso* de um título (principalmente sucesso econômico e de público) é medido estatisticamente. Se os números relacionados a estes forem altos (as porcentagens relativas à bilheteria, comparações com outros títulos lançados em mesmo período no Brasil e no exterior, rendimento em período de lançamento, dentre outras) significa não apenas que sua narrativa foi *aceita* pelo público, mas também, e principalmente, que as estratégias de marketing utilizadas para sua promoção foram efetivamente um sucesso, e este modelo passa a ser validado, seguido e aprimorado.

O filme em torno do qual se organiza a comunidade observada por esse trabalho, localiza-se em vigésimo sexto lugar no *ranking* de lançamentos do ano de 2012, distribuído pela Paris Filmes - terceira no ranking de distribuidoras e público alcançado em salas de exibição – ainda segundo dados disponibilizados no site da ANCINE. *Jogos Vorazes*, em seu lançamento, foi disponibilizado em 723 salas – estratégia cada vez mais utilizada pelas grandes distribuidoras nos lançamentos dos *blockbusters* - espalhadas pelas exibidoras em todo o país, responsável por renda bruta de 19.316.149,39 milhões de reais, e público de 1.917.085,00 milhões de espectadores, precedido por 21 títulos americanos e apenas 4 brasileiros (anexo 2).

O primeiro filme da franquia¹⁴ *Jogos Vorazes*, o qual deu início à discussão deste trabalho, em seu lançamento não teve grande expressividade percentual – em termos de ranking e público, no entanto, esses dados servem para evidenciar a eficácia dos mecanismos de promoção e propaganda viabilizados pelos mecanismos da indústria cultural no ano seguinte. Posto que sua sequência lançada em 2013 – *Jogos Vorazes – Em Chamas* (The Hunger Games - Catching Fire) – encontra-se em décima posição no ranking, deste mesmo ano, dos lançamentos por número de público em salas de exibição (anexo 3).

Seu sucessor – *Jogos Vorazes – A esperança – parte I* (The Hunger Games - Mockingjay Part 1) lançado em 2014, se encontra em sexta posição no mesmo ranking (anexo

¹⁴“Uma franquia de mídia cria elos culturais entre os produtos licenciados, fornecendo direção e sentido para os usuários se utilizarem da rede para criarem seus próprios conteúdos. A rede de conteúdos aumenta o consumo de mídia, unifica as práticas discursivas e descentraliza o controle proprietário da marca cultural, motivo pelo qual ao invés de se ‘considerar a franquia de mídia como um local de homogeneidade degenerativa, podemos olhar para a sua natureza em rede como um contexto para a produção e colisões reativas e de intercâmbio cultural’”. (JOHNSON, 2009, p. 7 apud MASSAROLO, 2014, p. 9).

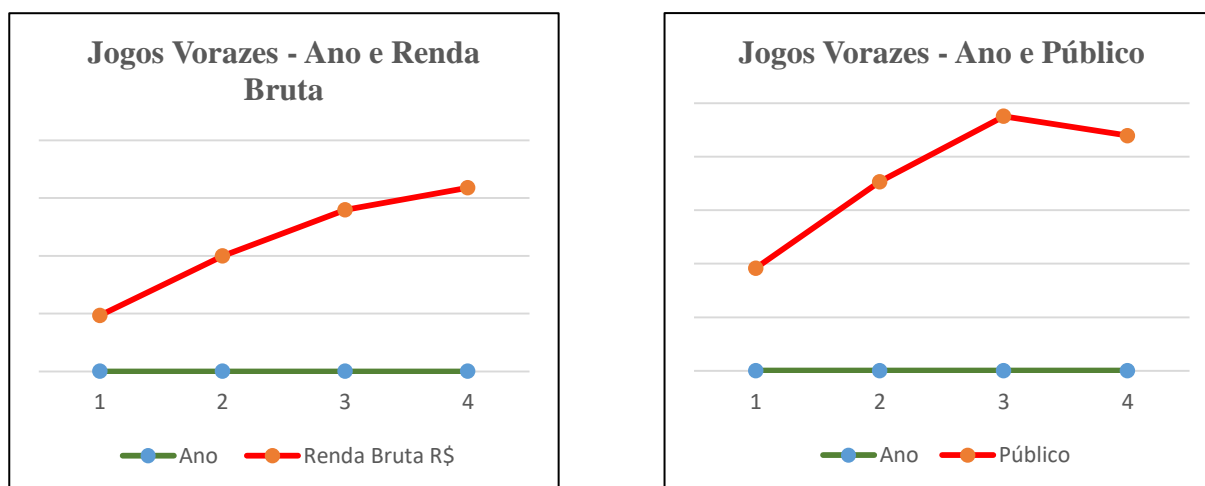
4). O último filme da franquia – *Jogos Vorazes – A esperança – parte 2* (The Hunger Games Mockingjay Part 2), ficou em sétima posição, antecedido por seis títulos norte-americanos.

Tabela 1 - Salas, renda e público alcançado pelo filme *Jogos Vorazes* no Brasil

Jogos Vorazes - número de salas ocupadas, renda bruta e público no Brasil						
Filme e Ano de Lançamento	Produtora	Posição	Ano	Nº de Salas	Renda Bruta R\$	Público
Jogos Vorazes	Paris	26ª	2012	723	19.316.149,39	1.917.085
Jogos Vorazes: Em Chamas	Paris	10ª	2013	1.216	39.921.608,23	3.532.774
Jogos Vorazes: A Esperança - Parte I	Paris	6ª	2014	1.580	55.898.172,39	4.755.582
Jogos Vorazes: A Esperança - Parte II	Paris	7ª	2015	1.718	63.524.902,67	4.392.977

Fonte: Produção do próprio autor.

Gráfico 3 - Renda e público alcançado pelo filme *Jogos Vorazes* no Brasil



Fonte: Produção do próprio autor.

A partir da observação dos dados é possível verificar a evolução do filme em termos de renda bruta produzida. No ano de 2015 (anexo 5) apesar da renda bruta produzida ter aumentado, os dados relacionados ao público caíram cerca de 7,6% em relação ao ano de 2014. Entretanto, mesmo com essa queda em termos de público, a franquia ainda continua duas posições à frente, em termos de ranking, do primeiro título brasileiro na lista da ANCINE (o filme *Loucas pra Casar*).

A partir da observação dos gráficos podemos verificar estatisticamente o sucesso do título dentro do mercado de salas de exibição no mercado brasileiro. No entanto, tais dados dizem respeito apenas aos fluxos relativos aos consumidores dentro das salas de exibição, o que significa que não podemos estabelecer conclusões a respeito de outros tipos de formas de

se consumir um filme na conjuntura atual. Especialmente no que diz respeito às possibilidades inauguradas a partir da internet (sites de compartilhamento ilegal, canais que exibem os filmes online, dentre outras possibilidades).

O filme *Jogos Vorazes* é voltado para um público jovem, público este que corresponde exatamente à juventude que está inserida no centro desse contexto de desenvolvimento dessas novas tecnologias de informação. Entendamos juventude a partir de uma classificação etária situada a partir dos 13 anos de idade, segundo Marcon (2015),

Considero também que a noção de juventude¹ é uma construção social com a qual se nomeiam grupos balizados por critérios etários ou associados à ideia de uma fase da vida entendida como um período intermediário entre a infância e a vida adulta em um dado contexto cultural e social, mas também o modo pelos quais aqueles que se consideram jovens se afirmam como tal e negociam os sentidos e os significados do comportamento que definem o que é ser jovem. (MARCON, 2015, p.46).

Nessa medida este trabalho se debruçou sobre a observação dessa juventude que já nasceu na era da comunicação e interação virtual. Partindo da observação da comunidade virtual *Jogos Vorazes – o filme*, situada na rede social Facebook, coletamos e interpretamos fragmentos das sociabilidades desenvolvidas e vivenciadas por seus membros. Para isso, acompanhamos a página e suas atualizações, mais especificamente no que diz respeito às postagens imagéticas promovidas pela mesma, e os consequentes.

4 SOBRE A OBSERVAÇÃO: INTERPRETAÇÕES POSSÍVEIS A PARTIR DA COLETA DE DADOS

4.1 Algumas considerações: tentativas e limitações

Inicialmente, é preciso definir aqui que este trabalho parte do entendimento da estrutura em constante modificação denominada *internet* enquanto campo extremamente novo e sem fronteiras estabelecidas. O que nos leva a considerar também, que a grande maioria dos organismos que se originam a partir dele (como o Facebook) também possuam tais características em maior ou menor escala, especialmente no que diz respeito às mídias de comunicação.

Diante disso, ao observar o *Facebook*, enquanto um desses organismos, não será possível afirmar de maneira absolutamente exata as dimensões das interpretações conferidas ao campo. O que este trabalho faz, é construir as observações a partir dos posicionamentos publicados em formato textual pelos usuários da comunidade virtual escolhida. É claro que tais posicionamentos textuais não representam a totalidade do pensamento de tais usuários, mas nos fornecem alguns subsídios para a observação de seus gostos e comportamentos.

A mídia social Facebook exige que, para se acessar seus espaços virtuais, os indivíduos realizem um cadastro onde constam e-mail e alguns dados pessoais. Todas as imagens utilizadas nesse capítulo, bem como as postagens copiadas das mesmas, estão disponíveis em caráter público para qualquer usuário da mídia social *Facebook*. As imagens foram salvas e utilizadas nesse trabalho com os devidos direcionamentos virtuais, fontes (anexadas abaixo) a título de viabilizar uma conferência posterior para futuros leitores deste trabalho.

Em virtude da utilização de fontes virtuais em trabalhos acadêmicos ainda serem problemáticas, e em muitos casos, ainda não serem normatizadas pelas organizações responsáveis (como a ABNT), algumas observações precisam ser feitas a respeito da utilização das fotos publicadas pela comunidade, bem como os comentários publicados pelos usuários membros da comunidade.

Todos os comentários e postagens observados nesse capítulo foram copiados e utilizados a título de exemplificar o tipo de material a partir do qual foram pensados e construídos os grupos de análises utilizados por essa pesquisa, não constando aqui a totalidade das imagens nem dos comentários observados. Tais comentários e postagens foram copiados exatamente da forma como se encontram nas postagens imagéticas, o que significa que é

possível a existência de linguagens diferenciadas características da internet, ou até mesmo, erros de ortografia que não são de responsabilidade deste trabalho.

Em virtude das problemáticas a respeito da exposição dos usuários responsáveis pelos comentários publicados (utilizados aqui para exemplificar os grupos analíticos organizados) não citamos os nomes e sobrenomes dos autores. Não encontramos nas normas da ABNT, relacionadas a referências, o modelo sugerido para a utilização de *screenshots* (do inglês *foto tela*), e, portanto, colocamos abaixo o endereço virtual e momento de acesso e retirada da foto.

É importante colocar também, que, antes de focar na construção do capítulo de observação virtual desta pesquisa, o capítulo III, a respeito da observação da comunidade escolhida no Facebook, foram desenvolvidas algumas tentativas de observação e interação mais direta entre esta pesquisa e os indivíduos, fãs¹⁵, do filme *Jogos Vorazes*. Tais tentativas foram desenvolvidas de acordo com o quadro abaixo:

Tabela 2 – Tentativas de interação direta

Tentativas de Interação Direta com os Fãs			
	Período	Atividade	Local
1 ^a	mai/13	Questionário	Facebook
2 ^a	nov/14	Observação - Pré-estreia - Jogos Vorazes (3º filme)	Aracaju
3 ^a	nov e dez/2014	Entrega de marca textos	Recife
4 ^a	nov/15	Observação - primeiro fim de semana de exibição (4º filme)	Houston/TX

Fonte: Autoria do autor.

A primeira tentativa foi realizada em maio de 2013, quando esta pesquisa ainda estava voltada ao campo da História e não da Antropologia¹⁶. Publicamos um questionário (anexo 6) em algumas comunidades relativas ao filme, infelizmente, o retorno foi inexpressivo em termos de quantidade de material recebido (3 respostas via e-mail), entretanto, em termos qualitativos é possível articular algumas observações sobre as respostas recebidas. As respostas abaixo foram copiadas exatamente da forma em que se encontravam nos e-mails.

¹⁵Entendamos enquanto *fãs*, indivíduos que se colocam ou se comportam como admiradores entusiasmados de algo ou alguém. Esse trabalho não encontrou uma definição oficial da palavra, apenas sua possível associação com a palavra de origem inglesa *fanatic* = fanático.

¹⁶Antes de fazer parte do programa de Mestrado em Antropologia fiz parte do programa do Mestrado de História, onde articulei as primeiras observações a respeito das temáticas discutidas nesse trabalho. Entretanto, dentro do programa de História a pesquisa se deu em um contexto temático e bibliográfico diferente.

Tabela 3 - Questionário publicado nas comunidades e as respostas recebidas:

Questionários - Respostas Recebidas (2013)			
Perguntas Sobre os Indivíduos			
Sujeito	A	B	C
1 – Sexo:	1- Feminino.	1- Feminino	1 – Feminino
2 - Idade:	2- 15 anos.	2- 16 anos.	2 – 19 anos
Perguntas sobre o Filme <i>Jogos Vorazes</i>			
1- Quantas vezes você já assistiu ao filme?	Duas vezes.	4 vezes.	Assisti uma vez no cinema. Em casa já não consigo mais contar, foram inúmeras.
2- O que mais chamou sua atenção no filme?	As cenas na arena de luta.	o fato de demonstrar algo tão real, que acontece hoje em dia, de maneira fictícia.	O regime político deles, a forma como as pessoas são tratadas, os jogos.
3- Que compreensão o filme proporciona sobre o reality show vivenciado pela protagonista?	Que como um reality show, um participante tem que saber jogar o jogo e deve ter suas habilidades e artimanhas, tanto físicas como mentais para continuar mais tempo, no caso dela, sobreviver.	que as pessoas se comportam de forma "ignorante", pois aceitam passivamente coisas totalmente nocivas.	Um horror.
4- Você consegue visualizar alguma semelhança entre o reality show representado no filme com algum programa que você assiste? Qual?	Acho que sim, o Big Brother Brasil, que tirando a parte da matança é o mais similar.	Sim, bbb , é um programa que serve de "alienação", onde as pessoas são tratadas como peças de um jogo.	São apenas realitys e como o mesmo são pessoas em busca de algum certo interesse, mas no filme eles são forçados, nos que vemos no Brasil, as pessoas vão por vontade própria. Mas há sim uma certa semelhança.
5- Você acompanharia em sua casa um programa como o vivido por Katniss? Acharia interessante um programa “fatal” como os Jogos Vorazes?	Eu acompanharia, porém acharia errado pessoas jovens lutarem até a morte.	Não, apesar de ser grande fã da saga, o principal proposito dela não é fazer as pessoas gostarem desse tipo de comportamento, mas abrir os olhos das pessoas para a realidade, para que isso não aconteça.	Se isso fosse real, acho que não acompanharia. Mas são épocas diferentes. Assim como as pessoas gostavam de ver os Gladiadores, se vivêssemos em outras épocas, talvez isso aconteceria.
6- Dentre os tributos quais os seus preferidos e porque:	Além da Katniss, a Rue me chama atenção. Pois mesmo sendo pequena, e não possuindo tanta força física quanto os outros tributos, ela é uma menina bastante inteligente para sua idade, e tinha habilidades que os outros não tinham.	Katniss, Rue, Gale pois como muitas pessoas hoje em dia, tiveram que desempenhar um importante papel na família, o papel de sustentar e alimentar a todos.	A Cara de Raposa, por que ela não usa muito da força e nem da ajuda de patrocinadores, mas sim, utilizada de sua inteligência. Mas de gosto, o Peeta sempre será meu favorito.
7- Qual a importância dos patrocinadores do programa e o que os tributos precisam fazer	Muitos dependiam dos patrocinadores para sobreviver na arena, pois poderia faltar alimento,	enviar "dávivas" ou seja, coisas de sobrevivência que eles realmente necessitam no momento. Para	Eles tem como importância “ajudar” os competidores que mais lhes agradam. Como o

para conquista-los?	água e um tributo também poderia adoecer ou se machucar, e só com remédios, utensílios e alimentos da capital eles poderiam sobreviver. Para conquistar um patrocinador, um tributo deveria ter bom carisma e um bom desenvolvimento desde o desfile de abertura do jogos, até a ação na arena.	conquista-las , os tributos precisam chamar a "atenção" dos telespectadores.	romance do Peeta e da Katness, a força e o favoritismos dos carreiristas, etc.
8- O que você acha da primeira apresentação dos tributos? Você gostaria de ver ou participar de algo semelhante?	Eu acho que é a hora de realmente surpreender, pois como dizem, a primeira impressão é a que fica. Eu gostaria de assistir, mas não participar.	Foi algo de fato intencional, para que pudessem causar impacto logo de primeira. Não.	Acho que não gostaria.
9- Para você qual o principal objetivo da relação inventada por Katniss e Peeta?	Criar um romance e atrair patrocinadores.	Provocar um tom de comoção nos telespectadores. Dessa forma, poderiam ter a atenção, e tendo a atenção, conseguiriam as dádivas.	A princípio Peeta usa isso para salvar Katness, mas ele usa muito disso para se aproximar dela, na minha concepção.
10- Você gosta da relação entre Peeta e Katniss mesmo sabendo que é uma farsa?	Eu gosto, pois os leitores da saga sabem que Peeta realmente ama Katniss, e que no fundo, Katniss também sente algo por ele.	Sim, pois a uma relação de união e convalescência entre ambos pelo fato de saberem tudo o que passam no seu distrito.	Eu adoro, sou doida pelo Peeta e a Katness. Fico com raiva dela a princípio devido o fato de ela enganar ele, mas depois fica tudo bem.
11- Defina Katniss Everdeen (personalidade, gostos, práticas):	Katniss é uma garota fatástica, apesar de ser explosiva. Mas ela corre atrás do que busca, além de ser bastante inteligente. Ela gosta bastante de caçar, apesar de ser ilegal, mas também é a sua única opção de sobreviver no seu Distrito.	Apesar de aparentar ser alguém durona(por fora),é bastante madura e sentimental por dentro. É alguém coloca sua família em primeiro lugar sempre. E suas práticas não são realizadas por pura diversão, mas por questão de sobrevivência, como a caça, e a venda que é considerada ilegal.	Esforçada, arrogante e disposta a enfrentar qualquer coisa por aqueles que ama.
12- Qual a relação da protagonista com a natureza?	É que ela gosta de caçar com arco e flecha e armadilhas, então vive sempre em contato com a natureza.	É na natureza que ela se sente livre, pois naquele local, a natureza é o único local "puro" no qual ela pode ser ela de verdade, sem se preocupar com as consequências	Paixão. Katness ama a natureza e é o lugar onde ela melhor se sente.
13- Para você o que Peeta Mellark tem de mais interessante?	Além da sua beleza, o jeito de como ele é simples e não quer deixar ser levado pelos comandos da Capital.	O fato de ser caridoso, e dar sua vida e se sacrificar por alguém que ama.	Seu amor por Katness. A forma de carinho que ele age, seu carisma.

14- O que a protagonista passa a significar durante o programa?	Ela passa a ser um símbolo, mais lembrada pelo tordo do seu broche, e pelas suas roupas nas apresentações que ficam 'em chamas'.	Passa a significar um símbolo de uma revolução.	Pela sua coragem de enfrentar a capital.
15- Porque os outros distritos passam admirar a personagem vivida pela protagonista?	Pela sua personalidade e habilidade com o arco e flecha.	Porque ela foi a primeira a não aceitar passivamente toda aquela situação.

Perguntas Sobre os Artistas

16 – Quais as semelhanças que você acredita que existem entre a atriz Jennifer Lawrence e a personagem Katniss Everdeen?	Sua simpatia e humor, mesmo sendo pouco mostrados no filme.	O fato de ambas serem fortes, e ultrapassar todos os obstáculos da vida, e serem elas mesmas sempre.	Fisicamente apenas os cabelos, pois a cor da pele da personagem, ao contrario da atriz tem um tom mais forte. Sua personalidade acho que também seja diferente, já que a atriz se mostra muito mais despojada e divertida.
17 – Quais as semelhanças que você acredita que existem entre o ator Josh Hutcherson e o personagem Peeta Meellark?	Sua simpatia e humor, também.	Os dois são de fato caridosos, e estão sempre ao lado das pessoas que gostam.	A forma de agir dele. Josh se mostra muito carinho e que se importa pelas pessoas, acredito que essa seja a semelhança, fisicamente talvez os olhos. Pois o Peeta na verdade é alto, enquanto o Josh é baixo, seus cabelos são loiros, Josh deve sempre tingir os cabelos, etc.
18 – Você tem algum “artigo” inspirado no filme (caderno, camisa, pôster, broche, etc)?	Sim, o broche do tordo e dois pôsteres.	Sim	Tenho os livros, um broche. Futuramente quero uma corrente e um relógio parecido com que o Peeta da para Katniss no Em Chamas.
19 – Você leu o livro que inspirou o filme? Você gostou mais do livro ou do filme?	Sim. Do livro, pois tem mais detalhes. Mas o filme foi ótimo também.	Li, gostei mais do livro, pois com o livro nós próprios criamos o filme na nossa imaginação.	Sim, li os três em apenas uma semana. O livro com certeza é muito melhor, no filme , devido ao pouco tempo que ele tem, não podem colocar tudo que há no livro, mas eles deixaram de colocar coisas importantes.
20 – Depois de assistir Jogos Vorazes a sua relação com outros filmes protagonizados pelos atores Jennifer Lawrence e Josh Hutcherson mudou?	Não, pois eles atuaram muito bem nos outros também.	Bastante.	Já adorava o Joshua, desde o filme ACB do amor, agora só aumentou. Com relação à Jenn, comecei a gostar e prestar mais atenção em seus filmes.

Perguntas Sobre Outros Filmes

21 – Você já assistiu ao filme O Show de Truman protagonizado pelo ator Jim Carrey?	Sim.	Não	Não vi
22 - Se sim, qual semelhança você consegue perceber entre O Show de Truman e Jogos Vorazes?	Que o protagonista também teve a vida monitorada por câmeras
23 – Qual te agrada mais e porquê?	Jogos Vorazes. Porque além de ser fã da saga, posso dizer que ele é mais moderno e envolve coisas da juventude.

Fonte: Produção do próprio autor.

Podemos confirmar, a partir dessas respostas, a faixa-etária do público mencionada no capítulo anterior (entre 13 e 33 anos de idade). Também podemos perceber que esses jovens acompanham a trilogia (tanto literária quanto cinematográfica), assistem ao filme uma série de vezes, e ainda adquirirem artigos relacionados ao mesmo. Os três sujeitos possuem alguma coisa que se refere ao filme. Fica claro que o filme toma uma dimensão maior, para além das salas de exibição, ele encanta os jovens a ponto de estes fazerem questão de adquirir artigos que os associem ao filme.

É interessante perceber que esses jovens são jovens leitores, eles não apenas assistiram ao filme, eles leram o livro, eles conhecem a obra literária e tecem comentários embasados tanto no livro quanto no filme. É possível notar também que a questão do reality show se apresenta de forma confusa. Segundo o sujeito A ele acompanharia um programa como o do filme (*acompanharia apesar de achar errado*), já o sujeito B acredita que o objetivo do filme é justamente alertar as pessoas sobre os perigos de tal programa, e o sujeito C *acha que não acompanharia*, mas coloca que já houveram outros eventos violentos como tal programa na História da nossa civilização.

É possível perceber a partir de tais respostas, que o filme desenvolve uma reflexão destes sujeitos a respeito da estrutura de governo representada no filme, bem como a respeito dos programas televisivos ditos shows de realidade. A partir da resposta do sujeito A para o item 17 e dos sujeitos B e C para o item 20, podemos visualizar uma mistura entre o que representa a personagem e a atriz principal do filme, na medida em que a personagem principal se apresenta como uma figura antissocial no filme, no entanto a atriz sempre se apresenta de forma irreverente e extrovertida. Isso nos remete aos efeitos que essa “cultura das estrelas” desenvolvida em hollywood e alimentada por outras mídias podem causar nesses jovens consumidores.

Acompanhamos a exibição da pré-estreia da terceira sequência do filme, *Jogos Vorazes – A Esperança – Parte I*, no Shopping Riomar na cidade de Aracaju – Sergipe, no dia 19 novembro 2014, objetivando observar o público que compareceria à sessão, partindo do princípio que só estariam presentes nessa sessão fãs da franquia. As pré-estreias são realizadas normalmente às 24:00 do dia anterior ao dia oficial de lançamento, e a sessão estava lotada com jovens de faixa etária entre 13 e 33 anos.

Muitos dos jovens presentes na pré-estreia vestiam camisas com temáticas relacionadas ao filme e a personagens deste, faziam muito barulho tecendo comentários acerca do que estaria presente ou não na adaptação aguardada, além de posarem para dezenas de fotos ao lado do banner do filme. O Cinemark, rede de exibição do Shopping Riomar Aracaju, comercializou um combo de pipoca, refrigerante mais um broche de metal que era uma representação do símbolo utilizado pela protagonista do filme, tal combo foi visualizado nas mãos de muitos dos presentes. A sessão ocorreu em meio a muita gritaria e aplausos por parte dos presentes (anexo 7).

Isso nos permitiu perceber como esses espectadores aguardavam ansiosos a estreia do filme, na medida em que estes se deslocaram de suas casas às 24hs para assistir à primeira exibição. Percebeu-se entre esses fãs (tanto a partir dessa experiência quanto da observação da comunidade) um desejo de ser o *primeiro* a ter acesso à adaptação. Acreditamos que isso possa dizer respeito tanto a uma vontade de poder comentar sobre o filme primeiro (em suas estruturas de sociabilidade), quanto a uma curiosidade quanto à adaptação.

Além disso, na experiência do dia 19 de novembro, pudemos verificar que grande parte dos jovens que se deslocaram para acompanhar a pré-estreia adquiriram o combo oferecido pela rede Cinemark (pipoca, refrigerante e broche). Acreditamos que tais jovens estavam muito mais interessados em adquirir o broche utilizado pela protagonista do que na pipoca e no refrigerante. Nessa medida pudemos constatar mais uma estratégia de criação de mercadoria a partir da ideia do filme.

Construímos marca textos tematizados sobre o filme para serem entregues aos espectadores no cinema, na área que precede as salas de exibição. Pensamos em tal material como uma estratégia de aproximação com os fãs da franquia, os quais acreditamos que se dirigem ao cinema nos primeiros dias de exibição do filme. Realizamos a entrega desses marca-textos tematizados entre os dias 25 e 02 dos meses de novembro e dezembro de 2014 (6 dias após o lançamento) em Recife, no Shopping Riomar Recife - Pernambuco. Entregamos 500 marca-textos (anexo 8), onde, pedíamos aos fãs que nos enviassem por e-mail a opinião deles sobre o filme, tencionando observar quais temáticas representadas pelo

filme apareceriam mais no processo de apropriação desses fãs, e construir um posterior paralelo com os grupos analíticos. Infelizmente não recebemos nenhuma resposta.

Entre os dias 20 e 22 de novembro do ano de 2015 estivemos no cinema AMC Fountains 18, localizado na cidade de Houston, Texas, EUA, a fim de observar o público norte-americano presente no primeiro fim de semana de exibição do último filme da franquia *Jogos Vorazes – A Esperança – Parte II*. Infelizmente, em virtude do posicionamento dos funcionários do cinema, bem como do comportamento dos indivíduos que se dirigiam às sessões relativas ao filme, não foi possível a realização de fotos e entrevistas.

O cinema observado possuía cartazes e banners sobre o filme, no entanto, a participação dos indivíduos desenrolou-se de maneira extremamente diferente do comportamento dos fãs brasileiros, não houveram no corredor nem na sala de espera das sessões, realização de fotos com os banners, e muito menos gritaria a respeito do filme e suas temáticas. Na sessão acompanhada por este trabalho também não houveram gritos nem aplausos, como ocorrido na sessão do Shopping Jardins Aracaju no ano anterior.

Foi interessante perceber como o público norte-americano observado no cinema de Houston se comportava de maneira diferenciada do público brasileiro observado tanto em Aracaju quanto em Recife. É claro que é preciso considerar aí as diferenças sociais e culturais entre os povos, no entanto, tal realidade nos remeteu novamente aos efeitos referentes à entrada desses signos norte-americanos na realidade dos brasileiros. Os brasileiros expressavam uma euforia muito maior (pelos filmes, pelos artistas, pelos livros) do que os próprios jovens norte-americanos (origem dos livros e dos filmes).

No início deste trabalho, a comunidade escolhida para a composição da amostra apresentava-se enquanto *Jogos Vorazes – O Filme*, no entanto cerca de 4 meses atrás o link²⁹ que anteriormente nos direcionava a ela passou a nos redirecionar a outra comunidade de nome *The Hunger Games*, e alguns dados passaram a se misturar entre as duas comunidades, como por exemplo, o total de seguidores das duas comunidades que aparecem desde então com o mesmo número, cerca de 22,660,922 milhões de seguidores (aparentemente em escala mundial).

Entretanto, apesar da aparente mistura das duas comunidades, ambas continuaram a coexistir individualmente, e não perdemos o ponto inicial da composição da nossa amostragem - o álbum *Linha do Tempo* da comunidade *Jogos Vorazes – o Filme*, a qual era voltada para o público brasileiro, deferentemente da nova. Observem o *screen shot* (foto da tela) retirados das páginas, a partir dos links salvos anteriormente para a composição da amostragem:

Imagem 1 – Foto da tela: comunidade *Jogos Vorazes – o filme*



Fonte: *Screen Shot* (foto da tela) retirada em 22-12-2015, às 15hs.

Imagem 2 – Foto da tela: comunidade *The Hunger Games*



Fonte: *Screen Shot* (foto da tela) retirada em 11-05-2016, às 19hs.

No início do processo de composição desta pesquisa entramos em contato com a comunidade para tentar a publicação de um questionário a ser utilizado no processo de observação, a resposta recebida foi “*Então, Carla. Infelizmente, devido ao nosso planejamento de conteúdo, precisamos avaliar direitinho se poderemos postar.* ”. Infelizmente não recebemos mais nenhum contato por parte da comunidade e acreditamos que o grupo internacional que coordena as mídias sociais relativas ao filme está atualmente no comando da mesma.

Ocorreu também uma modificação no endereço virtual da comunidade, que era <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/> e agora se apresenta https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/?brand_redir=DISABLE, e, quando o primeiro link é digitado no espaço de busca dos navegadores, o site é automaticamente direcionado para a página com nome em inglês, https://www.facebook.com/TheHungerGamesMovie/?brand_redir=189244931122758.

Uma última observação a ser colocada diz respeito à quantidade de imagens postadas pela página durante o período de observação, o que pode ter gerado uma mudança no número final da amostragem. Algumas páginas se apresentaram como expiradas depois do primeiro momento de coleta das imagens a serem catalogadas, o que nos levou a retirá-las da amostragem. Algumas postagens do tipo “*descreva a protagonista em uma palavra*” ou “*com quem a protagonista deve ficar no final*” foram desconsideradas para a observação, em virtude dos milhares de comentários e do conteúdo se referirem apenas a nomes ou qualidades dos personagens.

4.2 Observação e Análise de amostras: as imagens publicadas e o comportamento dos indivíduos participantes

Em virtude do campo escolhido para esta pesquisa foi preciso o desenvolvimento de considerações e a utilização de bibliografias referentes a estudos sobre mídias e tecnologias, bem como, de trabalhos a respeito de metodologias experimentais possíveis de serem aplicadas ao complexo campo virtual. Diante disso, este trabalho utilizou como umas das principais bases metodológicas instrumentais a obra *Métodos de Pesquisa para Internet*, escrito por Suelly Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011), a qual tenta organizar uma estruturação básica para uma observação pautada em ambiente virtual.

Posto isso, estaremos nos voltando às contribuições dessas autoras durante todo este capítulo de observação, na medida em que utilizaremos muitos dos métodos sugeridos pelas mesmas, entretanto, não considerando a obra como um modelo a ser seguido, e sim, como uma sugestão de possibilidades metodológicas para o campo virtual. Segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2011), as pesquisas sobre o ciberespaço dentro da esfera das Ciências Sociais giram em torno de dois eixos principais: a habilidade de busca bem como coleta de informações e sua capacidade de promover estruturas de comunicação interativa. (FRAGOSO, RECUERO; AMARAL, 2011, p.33).

No âmbito da estrutura escolhida por este trabalho, a mídia social *Facebook*, temos tanto a possibilidade de busca e coleta de informações, sejam estas pessoais, profissionais ou até mesmo jornalísticas, a depender do foco de cada pesquisa, bem como a possibilidade de observar estruturas de comunicação interativas promovidas pelo mesmo, como as respostas a comentários, janelas de conversações individuais ou em grupo, ou até mesmo as chamadas de vídeo inseridas dentro das janelas de conversação, por exemplo.

Ainda segundo as autoras, a internet, a partir dos anos 90 passa a ser considerada parte do cotidiano dos indivíduos, entretanto, no Brasil, até os anos 2000, o que se observava no cenário científico sobre pesquisas em internet eram pesquisas voltadas a aspectos psicológicos ou filosóficos, sem uma efetiva e problematizada imersão e coleta de dados em campo. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 37). Diante disso, as pesquisas desenvolvidas que dizem respeito a coleta de dados em campo virtual ainda possuem caráter experimental, e, portanto, inexiste um modelo exato a ser seguido.

Primeiramente, é importante situar essa pesquisa dentro do cenário contemporâneo de pesquisas sobre a internet. Nessa medida partiremos da tendência iniciada a partir dos anos 2000, onde, segundo as autoras, as pesquisas passaram a se nortear a partir do enfoque na forma como é utilizada a rede e como os indivíduos se apropriam desta, além disso, a construção de maneira explícita dos percursos metodológicos que nortearam o desenvolvimento do trabalho. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 39).

Dentro do enfoque das principais abordagens teóricas, esse trabalho possui características situadas nas três principais sugeridas pelas autoras: internet enquanto cultura, internet enquanto artefato cultural e internet enquanto mídia. Enquanto *cultura* na medida em que os estudos observam, dentre outros fatores, os acontecimentos ocorridos dentro da comunidade. Enquanto *artefato* na medida em que se observa a inserção da internet no cotidiano dos indivíduos, bem como todo tipo de processo de produção e construção de sentidos encontrados, no que diz respeito aos tipos de utilizações da rede bem como dos tipos de organismos - redes sociais, sites, blogs, comunidades, dentre outros. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 41-42).

E por último, enquanto mídia, ao passo em que essa abordagem observa novas mídias, como mídias sociais, e observa os tipos de práticas e diferentes estratégias desenvolvidas ela comunicação dentro das mesmas, além de observar também o uso da internet enquanto prática cotidiana dos indivíduos (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p.42).

Tabela 4 - Abordagens teóricas sobre a internet

Tabela 2: Abordagens teóricas sobre a internet enquanto objeto de estudo. Fonte: Ardevol et al. (2008).

Abordagem Teórica	Internet como Cultura	Internet como Artefato Cultural	Internet como Mídia
Conceitos	Ciberspaço, vida virtual, cibercultura, descorporificação, desterritorialização.	Online/Offline, incorporada à vida cotidiana, localidade.	Convergência de mídia, vida cotidiana, novas mídias, cultura digital.
Objeto/Campo	Com base no texto: Chats, BBS, IRC, Usenet, Newsgroups, MUDs.	Com base na web: Páginas pessoais, websites, mundos virtuais.	Redes sociais, objetos multimídia: Conteúdo gerado por consumidor, Web 2.0.
Metodologia Qualitativa Etnografia	Comunidades Virtuais, Comunicação Mediada por Computador, Identidade Online, Estudos feitos exclusivamente em tela.	Laços sociais, representação de identidade, “estudos além da tela”, apropriação da tecnologia, etnografia virtual.	Etnografia multimídia, etnografia conectiva, etnografia das redes.

Fonte: Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral. Métodos de Pesquisa para a Internet (2011, p. 46).

Considerando o quadro sugerido por Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p.) essa pesquisa se situa especialmente na observação de práticas mercadológicas, na medida em que a comunidade em si configura um instrumento de divulgação e promoção de seu tema central (no caso, o filme e suas sequências), bem como na observação de tipos de socializações virtuais, já que estamos aqui observando comentários subsequentes em postagens imagéticas. Consideramos as três abordagens teóricas sugeridas pelas autoras como fundamentais.

Entendemos a internet enquanto cultura, na medida em que desenvolvemos a observação de uma estrutura situada no ciberespaço, considerando a existência de uma cibercultura, e, verificando uma desterritorialização vivenciada por esses membros em processo de socialização contínua. A internet se apresenta enquanto artefato na medida em que se encontra incorporada ao cotidiano desses indivíduos membros, os quais interagem a partir da composição de páginas pessoais (na maioria dos casos observados por essa pesquisa). Internet enquanto mídia estruturando grandes redes sociais de caráter multicultural viabilizando a emergência dessa nova cultura digital.

Essa pesquisa decidiu focar sua observação sobre os anos de 2011, 2012 (ano de publicação do filme) e 2013, constituindo sua amostragem a partir das postagens imagéticas das comunidades selecionadas. No início da composição desse projeto se pretendia a observação e acompanhamento de duas comunidades, as quais seriam supostamente uma considerada espontânea (construída a partir de indivíduos comuns, sem financiamento externo) e uma patrocinada (com suporte externo), e ainda dois sites de acordo com os mesmos pressupostos. No entanto, no desenrolar do trabalho percebemos que seria inviável dar conta de tantos organismos virtuais, especialmente em virtude de seu caráter de difícil delimitação.

Decidimos então delimitar mais o campo para tornar a observação possível e eficiente. Direcionamos então o nosso foco para a mídia social *Facebook*, sobretudo em virtude dos dados da PMB 2015 mencionados anteriormente, onde consta que 67% dos indivíduos com acesso frequente à internet estão em busca de informação, diversão e entretenimento, três composições possivelmente encontradas no mesmo. O Facebook aparece com 83% da preferência dos usuários no que diz respeito a redes de compartilhamento de mensagens instantâneas, estando assim no primeiro lugar segundo os dados da PMB 2015.

Centramos então o processo de observação nas duas comunidades do Facebook, mas ainda assim, dentro dele era preciso desenvolver uma nova delimitação, na medida em que tal mídia possibilita, até então, compartilhamento de textos, imagens e vídeos, o que exigiria uma ampliação indiscutível das nossas referências e discussões anteriores. Posto isso esse trabalho optou por dedicar-se à observação dos comentários textuais relativos às postagens imagéticas das comunidades no álbum “Timeline” ou “Linha do Tempo”.

O álbum linha do tempo foi escolhido em virtude de compor uma espécie de álbum obrigatório oferecido para todos os usuários, o qual não pode ser excluído (o que se pode fazer é excluir foto por foto), e que representa o aglomerado de imagens postadas na página central de todas as comunidades e usuários da mídia social *Facebook*. Além disso, observamos também que este álbum era o que possuía o maior volume de participação dos membros da comunidade, em termos de “curtidas”, compartilhamentos e comentários nas imagens.

Nesse ponto constatamos outro fator determinante para a efetivação do trabalho. A comunidade espontânea escolhida anteriormente, possuía uma inexpressiva participação (em termos de comentários) dos membros nas publicações imagéticas, contando com inexpressiva (cerca de 4 ou 5 comentários) quantidade de comentários nas postagens imagéticas. Então

decidimos focar a observação sobre a comunidade de maior volume de comentários publicados e maior participação ativa dos membros.

Inicialmente, observamos o álbum *Linha do Tempo* da comunidade *Jogos Vorazes – o Filme* (https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/?brand_redir=DISABLE) , foto por foto para a composição de uma amostragem inicial. Para a seleção das imagens sobre as quais seriam coletados os comentários o critério central foi a respeito da quantidade de comentários encontrados por fotos. Entretanto, antes disso foi preciso separar as imagens por ano de publicação. Segundo as informações sobre a página, as quais se encontram disponíveis na mesma, esta teria sido inaugurada em 23 de março de 2012, mas acreditamos que essa data consta nas informações da página em virtude do lançamento do filme.

Após essa primeira fase de catalogação e observação dos links das imagens, para posterior observação de seus comentários, estabelecemos grupos referentes aos tipos de imagens publicadas pela página no decorrer dos anos de 2011, 2012 e 2013. Os grupos de imagens definidos foram: 1 - atores, 2 - comerciais, 3 - distribuidora, 4 - eventos e promoções, 5 - filme, 6 – moda (acrescentada em 2013), 7 - personagens, 8 - livro, e por último, 9 - trilha sonora.

O grupo 1 se refere a postagens acerca dos atores presentes no filme, a partir de uma perspectiva individual e pessoal dos mesmos, como por exemplo aniversários e participações em outros filmes. As postagens do grupo 2 são relativas a divulgações de pré-estréias ou produtos de consumo associados ao filme, como ornamentos usados pela protagonista, por exemplo. O grupo 3 se refere a postagens relacionadas à distribuidora do filme *Jogos Vorazes* no Brasil, a Paris Filmes, como por exemplo postagens sobre outros filmes distribuídos ou relativas a outras redes sociais da mesma.

O grupo 4 é relativo a promoções promovidas ou divulgadas pela comunidade, bem como articulação de eventos entre os membros da mesma. O grupo 5 diz respeito a postagens imagéticas relativas especificamente ao filme *Jogos Vorazes*, como por exemplo, recortes de cenas e acontecimentos ocorridos no filme. O grupo 6 foi acrescentado no ano de 2013 em virtude do aparecimento de postagens sobre a maneira de se vestir de certos personagens, bem como de divulgação de sites sobre o estilo dos mesmos.

O grupo 7 diz respeito a postagens relativas aos personagens de maneira específica, como aniversários e comportamentos dos mesmos. O grupo 8 é relativo a postagens que se referem ao livro, de mesmo nome, em que se embasou o filme. O último grupo, 9, é relativo a postagens sobre a trilha sonora dos filmes, como por exemplo, nomes de cantores, bandas e músicas que fazem parte do filme. De acordo com os exemplos do esquema abaixo:

Tabela 5 - Postagens e Imagens

1 - Atores

Postagem: *“Jennifer Lawrence estampa uma das capas da Revista Time e está entre as 100 pessoas mais influentes do mundo, segundo o ranking da revista, divulgado hoje.*

<http://ego.globo.com/famosos/noticia/201/04/jay-z-esta-entre-100-pessoas-maisinfluentes-do-mundo-segundo-revista.html>”

Data: 18 de abril de 2013

<http://ego.globo.com/famosos/noticia/201/04/jay-z-esta-entre-100-pessoas-maisinfluentes-do-mundo-segundo-revista.html>

Fonte: [revista.html](http://ego.globo.com/famosos/noticia/201/04/jay-z-esta-entre-100-pessoas-maisinfluentes-do-mundo-segundo-revista.html)

Acesso: 07/04/2016

**2 - Comerciais – Distribuidora**

Postagem: *“E nós ficamos cada vez mais felizes ao ver nossos livros favoritos adaptados para o cinema, não é mesmo tributos? [Os Instrumentos Mortais](#) - Nos cinemas!”*

Data: 22 de agosto de 2013

Fonte: <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/561085853938662/?type=3&theater>

Acesso: Acesso em: 07/04/2016



3 - Comerciais – Diversas

Postagem: *“Atenção tributos,
Agora vocês já podem contar os dias para ter em mãos os ingressos de
"Jogos Vorazes - Em Chamas"!
Ao adquirir o ingresso de pré-estreia vocês ganharão um brinde
exclusivo. Aguardem. [#EmChamas](#)”*

Data: 23 de setembro de 2013
<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/573432332704014/?type=3&theater>
 Fonte:
 Acesso: 07/04/2016



4 - Eventos e Promoções

Postagem: *“Tributos, Estão preparados para a nossa Turnê da Vitória no próximo domingo? O evento será no parque do Ibirapuera, em São Paulo. Emoticon smile. Confirmem presença aqui: <http://on.fb.me/1dPFyIu> #SPEmChamas”*

Data: 07 de novembro de 2013
<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/593988670648380/?type=3&theater>
 Fonte:
 Acesso: 07/04/2016

Postagem: *“Que a sorte esteja sempre a seu favor. — em Turnê Da Vitória - Jogos Vorazes: Em Chamas.”*

Data: 10 de novembro de 2013
<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/595499090497338/?type=3&theater>
 Fonte:
 Acesso: 07/04/2016



5 - Filme

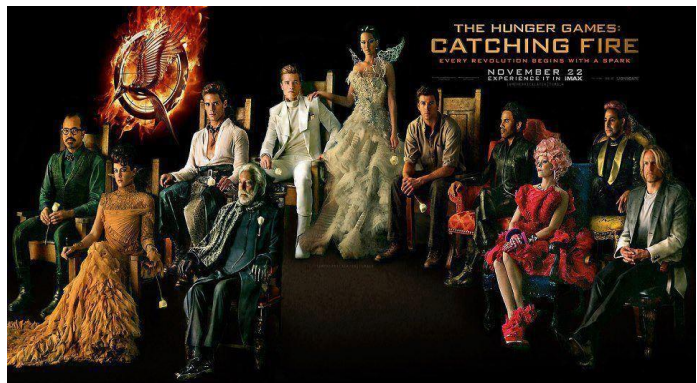
Postagem: *“Quem não vê a hora de encontrar toda essa turma reunida no cinema? (Vimos a imagem na página do [Burn Book](#))”*

Data: 13 de março de 2013

<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/498846566829258/?type=3&theater>

Fonte: [08542.50562.189244931122758/498846566829258/?type=3&theater](https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/498846566829258/?type=3&theater)

Acesso: 07/04/2016



6 - Moda

Postagem: *“Quem aqui ainda não foi dar uma olhadinha na edição nº 1 da Capitol Couture? O destaque é, a cada vez mais linda, Effie Trinket” Acesse por aqui <http://capitolcouture.pn>*

Data: 13 de março de 2013

<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/529275987119649/?type=3&theater>

Fonte: [8542.50562.189244931122758/529275987119649/?type=3&theater](https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/529275987119649/?type=3&theater)

Acesso: 07/04/2016



7 - Livro

Postagem: “De acordo com o Jornal A Crítica de Manaus "Jogos Vorazes bate Harry Potter". ”

Data: 30 de agosto de 2012

<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.22705375400>

Fonte: [8542.50562.189244931122758/421549967892252/?type=3&theater](https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.22705375400)

Acesso: 07/04/2016



8 - Personagens

Postagem: “Haymitch e Plutarch. Que festa será essa? ”

Data: 25 de junho de 2013

<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.22705375400>

Fonte: [8542.50562.189244931122758/537149926332255/?type=3&theater](https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.22705375400)

Acesso: 07/04/2016



9 - Trilha Sonora

Postagem: “Foi liberada a preview de *Atlas*, primeira música da trilha sonora de *Em Chamas*, a música completa sai amanhã. <http://bit.ly/15xXKjK> 'Jogos Vorazes - Em Chamas' chega em novembro nos cinemas.”

Data: 05 de setembro de 2013

<https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/565853266795254/?type=3&theater>

Fonte: [8542.50562.189244931122758/565853266795254/?type=3&theater](https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/photos/a.227053754008542.50562.189244931122758/565853266795254/?type=3&theater)

Acesso: 07/04/2016



Fonte: Produção do próprio autor.

Após a organização dos grupos de imagens partimos para a observação dos comentários. Montamos então os grupos de comentários a partir do tipo de conteúdo encontrado nos mesmos. Os grupos foram: a) Comparativos, b) Crítica à Distribuidora, c) Crítica ao Filme, d) Crítica à Página (comunidade), e) Crítica aos Realities Shows, f) Crítica Social, g) Depreciativos, h) Idolatria, i) Outros, j) Propaganda, k) Representação / Identificação, l) Marcações.

Os comentários *comparativos* se referem, por exemplo, a comparações estabelecidas entre o filme e outros filmes de sucesso, como a Saga *Crepúsculo* (2008, 2009, 2010, 2011, 2012) ou os filmes do jovem bruxo *Harry Potter* (2001, 2002, 2004, 2005, 2007, 2009, 2010, 2011) por exemplo. Os comentários de *crítica à distribuidora* se referem em sua maioria a problemas relativos à distribuição e exibição dos filmes pelas capitais do Brasil, por exemplo.

Os comentários de *crítica ao filme* se referem a críticas relativas à adaptação ou à escolha de atores, por exemplo. Os comentários de *crítica à página* se referem, na maioria dos casos, à reprovação acerca de conteúdos postados ou reclamações relativas a eventos ou promoções. Os comentários de *críticas aos realities shows* se referem a críticas ao tipo de

programa televisivo representado pelo primeiro filme. Os comentários de *crítica social* se referem associações entre o contexto do filme e a conjuntura atual do Brasil, por exemplo.

Os comentários *depreciativos* dizem respeito a comentários negativos de desaprovação ao filme, por exemplo. Os comentários de *idolatria* se referem a comentários emocionados e entusiasmados de fãs. Os *ocasionais* se referem a comentários aleatórios, incompreensíveis ou correntes religiosas. Os comentários *propagandas* são relativos a propagandas de outras páginas ou sites postados através de comentários. Os comentários de *representação / identificação* são relativos a postagens onde os usuários colocam ser/agir/pensar da mesma forma que os personagens.

Os comentários *marcações* são relativos a comentários contendo apenas nomes/links de outros usuários membros da mídia social *Facebook*. A partir da catalogação dos comentários observados, dentro dos grupos pensados por esse trabalho, organizamos, a título de exemplificar de maneira mais explícita esses grupos e tipos de comentários, a tabela abaixo (ressaltando que os comentários foram copiados na forma exata em que se encontram nas imagens):

Tabela 6 - Categorias de Comentários

Comentários - Grupos – Exemplos

Comparativos

1 - *"Não vejo a hora de assistir amanhecer part 2"*

2 – *"tomara q nao façam com jogos vorazes o que fizeram com percy jackson meldels upset emoticon"*

3 - *"deveria ser o FILME DO ANO mas Amanhacer como vencendor ficou meio que nasa ver...."*

Crítica à Distribuidora

1 - *"Uma total falta de consideração com os fãs do filme, menus pobres, imagem de baixa qualidade, um grande corte da imagem original do filme, poucas opções de áudio. Paris deixou muito a desejar com esse filme, espero que o filme disponível para venda(que até agora não deu sinal nem de pré-venda) tenha mais qualidade que esse disponível para locação, fiquei realmente desapontado com esse filme que milhares de pessoas tanto aguardaram."*

2 - "Paris filmes, o formato da tela está péssimo, corta boa parte das imagens laterais. É necessário o formato Widescreen para apreciar bem o filme! O que aconteceu? Por favor, rever o formato do filme! Espero que, já que a versão para comercialização vai demorar, que seja digna!:/"

3 - "tem em todolugar menos em bh :(("

Crítica ao Filme

1 - "não colocaram a Madge?! Que horrível!"

2 – "Lixo de final. Passa três livros lutando no lugar da irmã e a autora mata a menina nas dez ultimas páginas de Esperança."

3 - "Que aliás foi a maior decepção da minha vida! Tudo bem que não dá para fazer exatamente como está no livro, mas PARTES IMPORTANTÍSSIMAS FORAM CORTADAS! O Plutarch era tão pobre que nem relógio o cara tinha!!!! E as duas moças que colocaram na cabeça da Katniss sobre o 13? E as evidências de que a guerra no 13 era falsa??? CADÊ AS PARTES IMPORTANTES DESSE FILME PELO AMOR DE DEUS??? E vamos falar sério, eles quase morreram desidratados até descobrirem como é que se tirava água das árvores!!!! E não descobriram tão fácil tb que a água ajudava a se recuperar do estrago da fumaça! sinceramente auilo pode se chamar de apenas baseado no livro..."

Crítica à Página

1 - "cadê o poster desse em versão nacional, não vão divulgar ele não??"

2 – "Essa novela é um LIXO. Katniss não ia aprovar isso. Rsrs"

3 - " eu estou ansioso pelo meu premio que ganhei. faz tres semanas e ainda nao chegou. e a pagina Jogos Vorazes-o filme, nao esta querendo falar comigo. SERA PORQUE?"

Crítica aos Realities Shows

1 - "alem de ser uma historia magnifica é uma "denuncia" aos reallit shows e a muitas outras coisas alem de romantico o filme é super tenso li o livro é a imaginação que isso da é impressionante o filme deve ser melhor ainda esse filme ira bater muitas trilologias e

como harry potter e crepusculo ! alem de um elenco maravilhoso tem uma historia que é impressionante! o filme vai dar lições e ainda vai divertir o telespectador!"

2 – *"Por que o mundo deve assistir a Jogos Vorazes?"*
Porque o filme vai ser incrível como nenhum outro já foi, se trata de uma história muito emocionante cheia de aventuras e perigos, e claro faz uma critica perfeita a todos os reality shows e como é a vida de uma garota que praticamente luta pela sua família. É uma história que não tem aquele tipo de romance exagerado e muito menos um felizes para sempre, é uma história mais real que conquista muitas pessoas por causa disso. Tenho certeza que o filme Jogos Vorazes vai ser tão maravilhoso quanto o livro que fez milhares de adolescentes inclusive eu chorarem pelos desafios da Katniss Everdeen e de Peeta Mellark."

3 - *"Porque é uma história que nos lembra a pior parte da humanidade. Estamos vivendo em um mundo obcecado com a realidade da televisão, e nosso fator de choque é constantemente insensível. É preciso mais e mais para nos surpreender e nos interessar, e acabamos nos alimentando do trauma de outras pessoas."*

Crítica Social

1 - *"Porque o mundo de Jogos Vorazes não está muito diferente do nosso, nós sendo controlados pelos superiores e estamos numa posição de comodidade, muita gente se sente de mãos atadas vendo pessoas passarem fome, frio e etc... O mundo assistindo o filme, trará muita gente pensando e assimilando que temos que lutar também porque estamos em uma arena, e os poderosos vendo, e estão tranquilos não há fumaça! A Luta tem que começar dentro de nós assim como acontece em Katniss, todos queremos sobreviver!"*

2 – *"O livro Em Chamas combina com a nossa realidade no Brasil e a frase que é destacada é a mais pura verdade "Toda revolução começa com uma faísca". A ficção trazendo também a realidade temos que fazer o mesmo que o cidadãos de Panem fizeram, temos que lutar por um país melhor."*

3 - *" Em Chamas combina com a nossa realidade no Brasil e a frase que é destacada é a mais pura verdade "Toda revolução começa com uma faísca". A ficção trazendo também a realidade temos que fazer o mesmo*

que o cidadãos de Panem fizeram;temos que lutar por um país melhor.

Depreciativos

1 - *"Uma porcaria"*

2 – *"Que filme de bosta, namoral vcs vao perder 3 horas das suas vidas."*

3 - *"O filme é uma verdadeira bosta e além do mais a garota é maior safada, não sabe se fica com o peter ou com o carinha que aparece de vez enquanto e só se ferra. Namoral quem gostou desse filme é sem noção"*

Idolatria

1 - *"Aai mds filmee mais perfeito de todos heart emoticon 100% apaixonada por cada cena dele rsrsr eu recomendo e assino embaixo quem puder assistir,assista nao irão se arrepender nunca nunca nunca... heart emoticon"*

2 – *"AAAAHHHHH tive uma BOMBA de SENTIMENTOS GRITEI CHOREI SORRI SIMPLISMENTE MARAVILHOSO !!!! QUE VENHA O PROXIMOooooo"*

3 - *"EU ASSISTI , FOIII MUITOOO BOM , A KET TAVA SUPER INCRIVEL COM ESSE VESTIDO VIRANDO O TORDO ! gasp emoticon Nossa foiii ótimo !"*

Ocasionais

1 - *"algum deles morre ?"*

2 – *"eu vieh"*

3 - *"Nunka serao."*

Pirataria

1 - *"Sem contar com os milhares que já viram na internet ..."*

2 – *"Quer assistir filmes online então acesse - <http://mundodosfilmeshd.blogspot.com.br/> tudo em alta definição por que você merece qualidade."*

3 - "eu já assisti online"

Propaganda

1 - "Curtam a nossa pagina`

<https://www.facebook.com/TheHungerGamesBrasil...>"

2 – "POR FAVOR, POR FAVOR , ME AJUDA A DIVULGAR ?
<https://www.facebook.com/pages/Papo-De-Tributos/424466554348208?ref=ts&fref=ts>

3 - "Para quem não pode ir ao cinema ai um link para ver o Jogos Vorazes em chamadas:
<http://www.filmesonlinegratis.net/assistirjogosvorazes...>"

Representação / Identificação

1 - "O Filme, assim como o livro, pode ser um alerta para como estamos / destruindo nosso mundo, e como o ser humano está tão frio e sem muitos sentimentos que faz com que mães enviem seus filhos a guerra porque seus governantes querem mais poder, ou a parte da sociedade que acompanha a vida de pessoas dispostas a fazerem qualquer coisa pela fama em uma casa, enquanto a outra parte está na miséria sem ter o que comer. Eu penso que a história de Jogos vorazes vai muito além de uma franquía promissora."

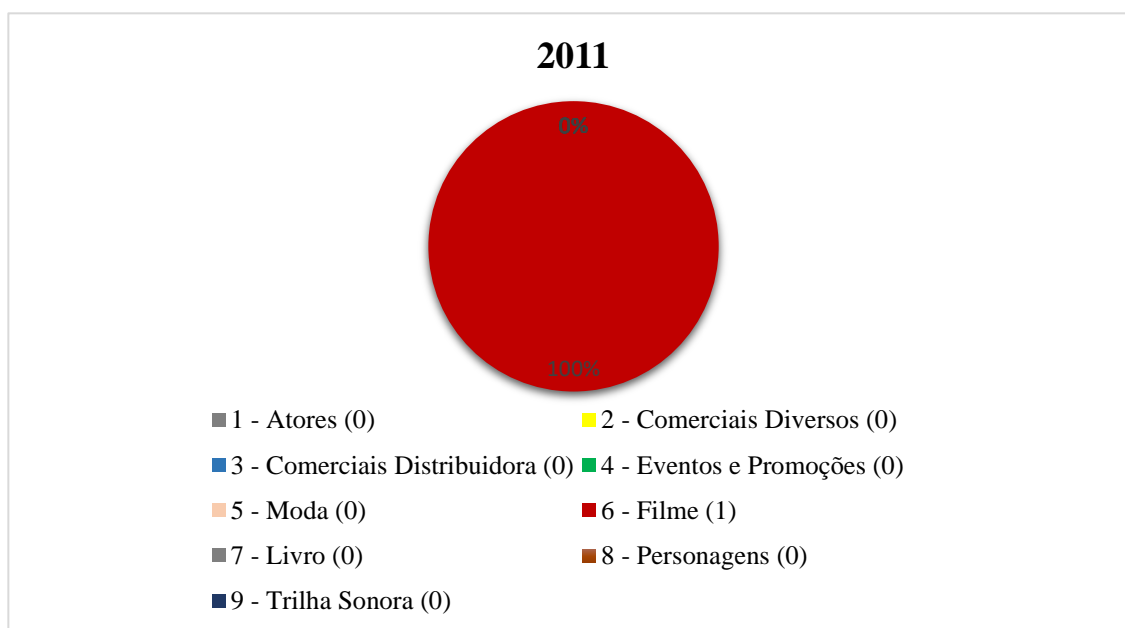
2 – "O Mundo precisa assistir Jogos Vorazes porque:
 1- Primeiramente para que todos tirem da cabeça essa ideia tosca e mal feita de que Jogos Vorazes é um novo "Crepúsculo" (eca!). 2- Que as pessoas usem o exemplo do filme para que entendam a necessidade de reagir diante das coisas ruins que acontecem diariamente com a sociedade (Politicamente, culturalmente, religiosamente...)

3 - "O mundo deve assistir JV porque o mundo se passa em uma realidade não tão distante da nossa e um filme com muita ação e aventura e trata de muitas questões da nossa realidade e um filme que nos fara rever nosso conceitos sobre muitas coisas!"

Fonte: Produção do próprio autor.

Acreditamos que a organização dos comentários em grupos temáticos nos permite efetuar uma visualização melhor da dinâmica da comunidade observada. A primeira postagem imagética do álbum “linha do tempo” remonta a 29 de agosto de 2011, a qual possui 22 comentários, 278 curtidas e 320 compartilhamentos. Em virtude do ano de 2011 possuir apenas uma única postagem imagética (a qual estaria associada ao grupo *Filme*) no álbum “linha do tempo” nossa amostragem foi de 100% neste ano.

Gráfico 4 – Imagens 2011

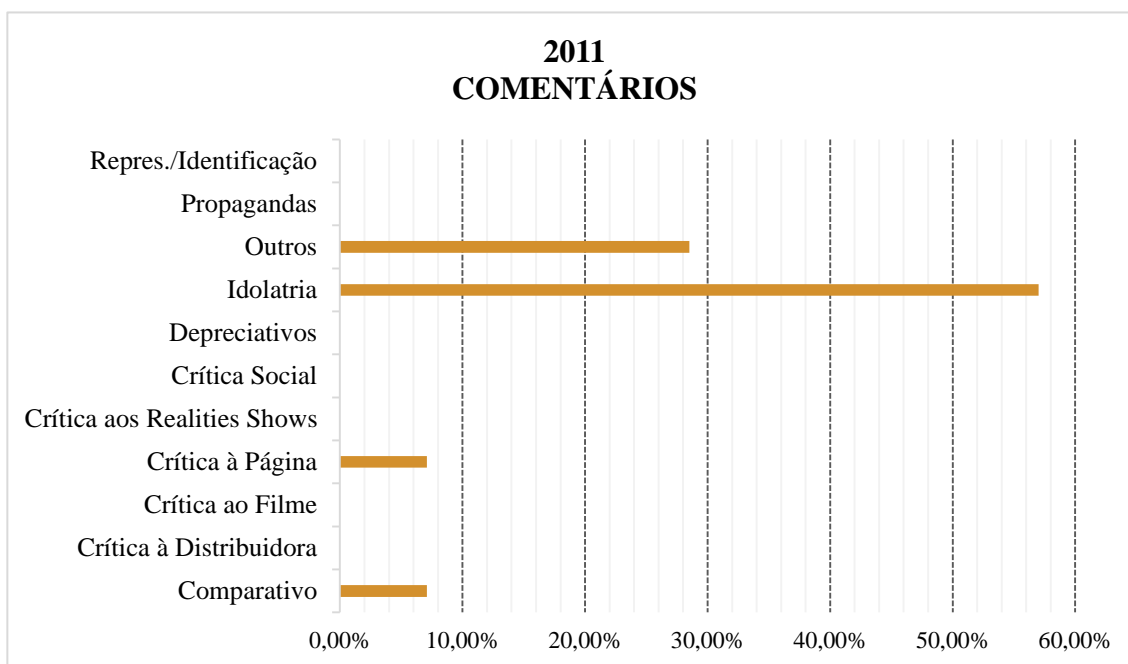


Fonte: Produção do próprio autor.

É possível observar que quase 60% da amostra de comentários dizem respeito ao grupo *idolatria*, correspondente a comentários entusiasmados de fãs. Os comentários do grupo *outros*, que aparecem em seguida, contando com quase 30% da amostra, dizem respeito, no ano de 2011, em sua maioria, a comentários de indivíduos que ainda desconheciam o filme.

A partir dos comentários observados, acreditamos que a grande maioria dos comentários do grupo *idolatria* de 2011 dizem respeito a indivíduos que já teriam tido acesso anterior à obra literária de mesmo nome do filme, na medida em que estes se colocam ansiosos à espera da adaptação cinematográfica a ser lançada em 2012. De acordo com o gráfico baixo:

Gráfico 5 - Tipologia dos Comentários - 2011

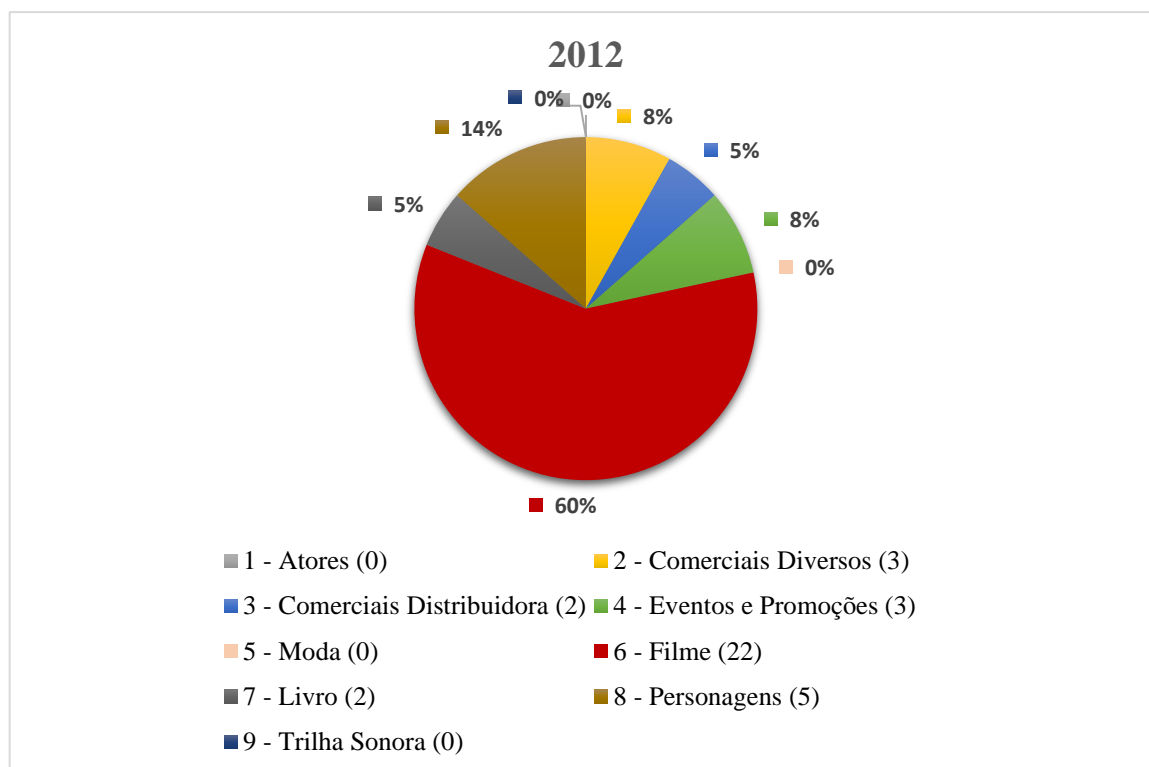


Fonte: Produção do próprio autor.

No ano de 2012 desenvolvemos também uma amostragem de 100% das imagens postadas no álbum Linha do Tempo, totalizando 36 imagens postadas pela comunidade. A grande maioria das imagens se enquadram no grupo temático *filme*, na medida em que abordavam imagens de divulgação relacionadas à adaptação cinematográfica, especialmente em virtude do ano de 2012 ser o ano de lançamento do primeiro filme da franquia.

Os grupos subsequentes, *eventos e promoções*, se referem a postagens de promoções e sorteios de brindes diversos entre os participantes da comunidade (a grande maioria das promoções eram realizadas entre os indivíduos que comentassem nas imagens referentes) e as *comerciais*, em 2012, se relacionam a propagandas de outros filmes distribuídos pela Paris Filmes no Brasil, por exemplo. As imagens relacionadas aos grupos temáticos se dividiram de acordo com os gráficos abaixo

Gráfico 6 - Imagens 2012



Fonte: Produção do próprio autor.

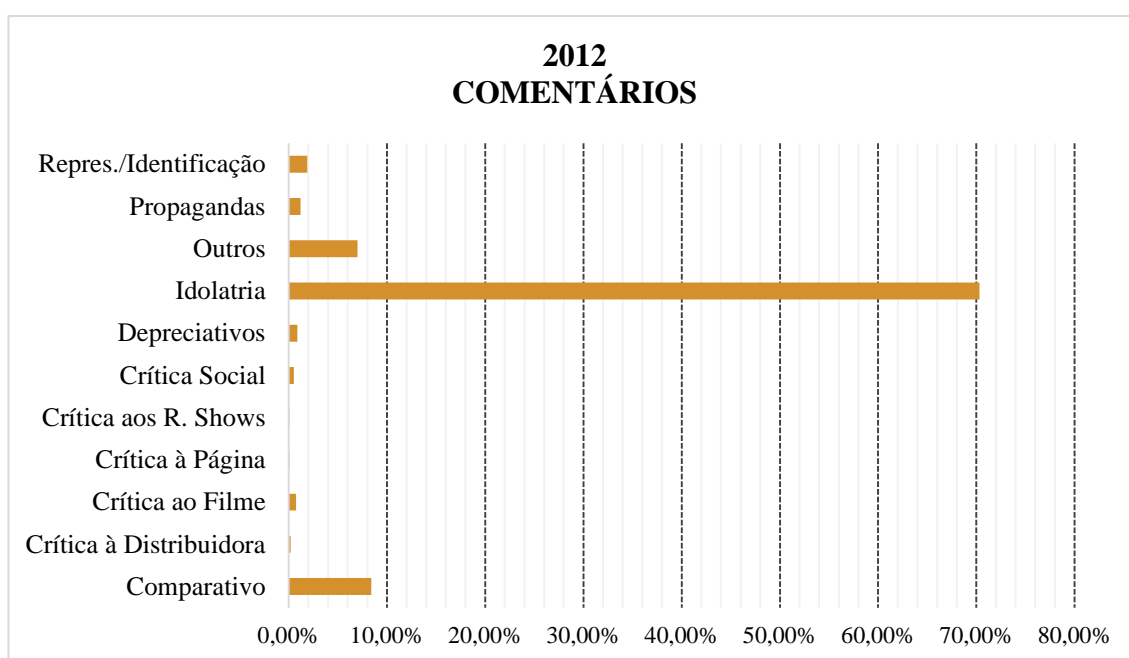
O total de comentários observados e catalogados (a partir dos grupos definidos anteriormente) referentes ao ano de 2012 foi de 3.567, nas 36 imagens postadas no álbum 'linha do tempo'. A maioria dos comentários dizem respeito ao grupo *idolatria*, com 70% dos comentários observados, da mesma maneira que no ano de 2011. Os comentários entusiasmados de 2012 ganham um corpo maior em virtude do lançamento do filme. Os comentários, tanto masculinos quanto femininos, colocam o filme enquanto *maravilhoso*, exaltam uma adequada adaptação à obra literária, ou, como na maioria dos casos, se referem à beleza, a força ou a perspicácia dos personagens principais.

Os comentários do grupo *comparativos* colocam comparações entre o filme lançado e outros filmes de grande sucesso entre o público jovem, contando com quase 10% dos comentários. A protagonista do filme *Jogos Vorazes* é comparada diversas vezes com a protagonista do filme *Crepúsculo*, bem como o sucesso de público e bilheteria entre os mesmos.

O grupo *outros* que parece em terceiro lugar com aproximadamente 7% dos comentários, diz respeito a comentários do tipo correntes - "*compartilhe ou sua mãe vai*

morrer em sete dias”, por exemplo, ou comentários de usuários que desconhecem o filme e querem saber do que se tratam as imagens (em sua grande maioria). Os comentários, a partir dos grupos de conteúdo, se dividiram de acordo com os gráficos abaixo:

Gráfico 7 - Tipologia dos Comentários - 2012

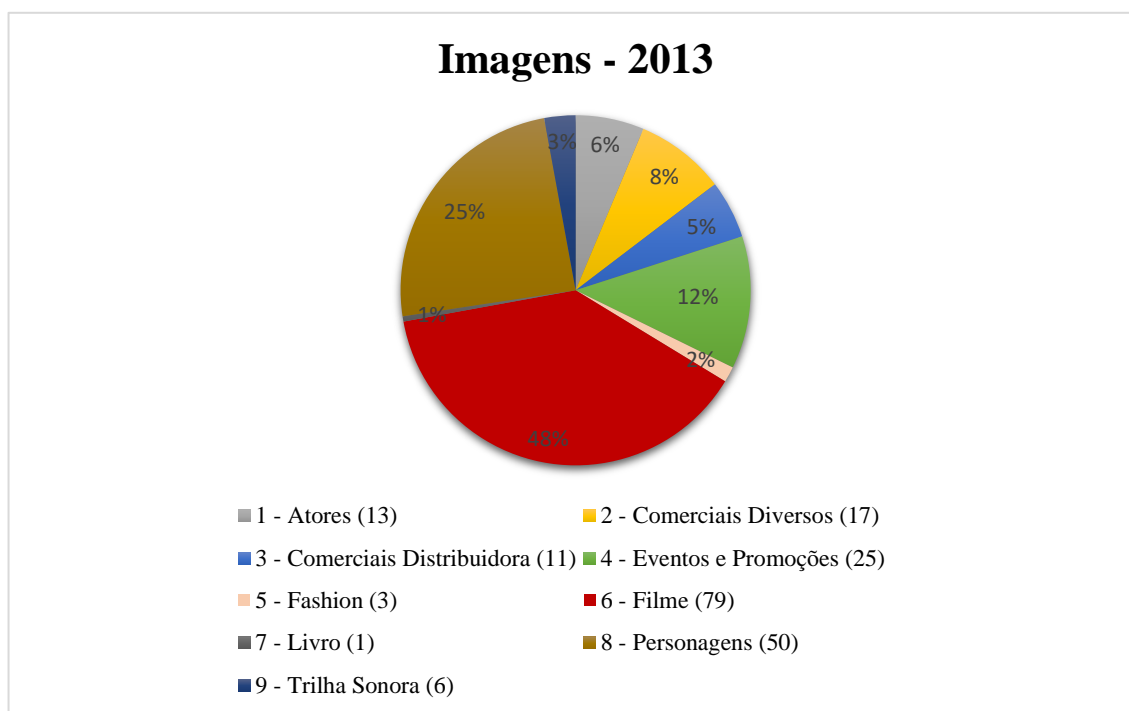


Fonte: Produção do próprio autor.

O ano de 2013 foi composto por 326 postagens imagéticas, para o qual organizamos uma amostragem de 50% do total, em virtude do montante de comentários a serem catalogados. A maioria das imagens postadas na comunidade se referem ao filme, correspondendo a 38 % do total. Imagens de divulgação referentes ao primeiro, segundo e terceiro filme da franquia *Jogos Vorazes*. O segundo número mais expressivo foi o do grupo *personagens*, contando com 25% da amostra, o qual se refere a postagens relativas aos personagens do filme, suas características principais bem como acontecimentos.

O terceiro grupo de maior expressividade é o grupo *eventos e promoções*, em 2013, e diz respeito a sorteios e eventos promovidos ou divulgados pela comunidade, relacionados ao filme, ou até mesmo eventos relacionados a outras franquias – dentre as quais situam o filme *Jogos Vorazes*. As 163 imagens selecionadas se apresentaram, por temas, de acordo com os gráficos abaixo:

Gráfico 8 - Imagens - 2013



Fonte: Produção do próprio autor.

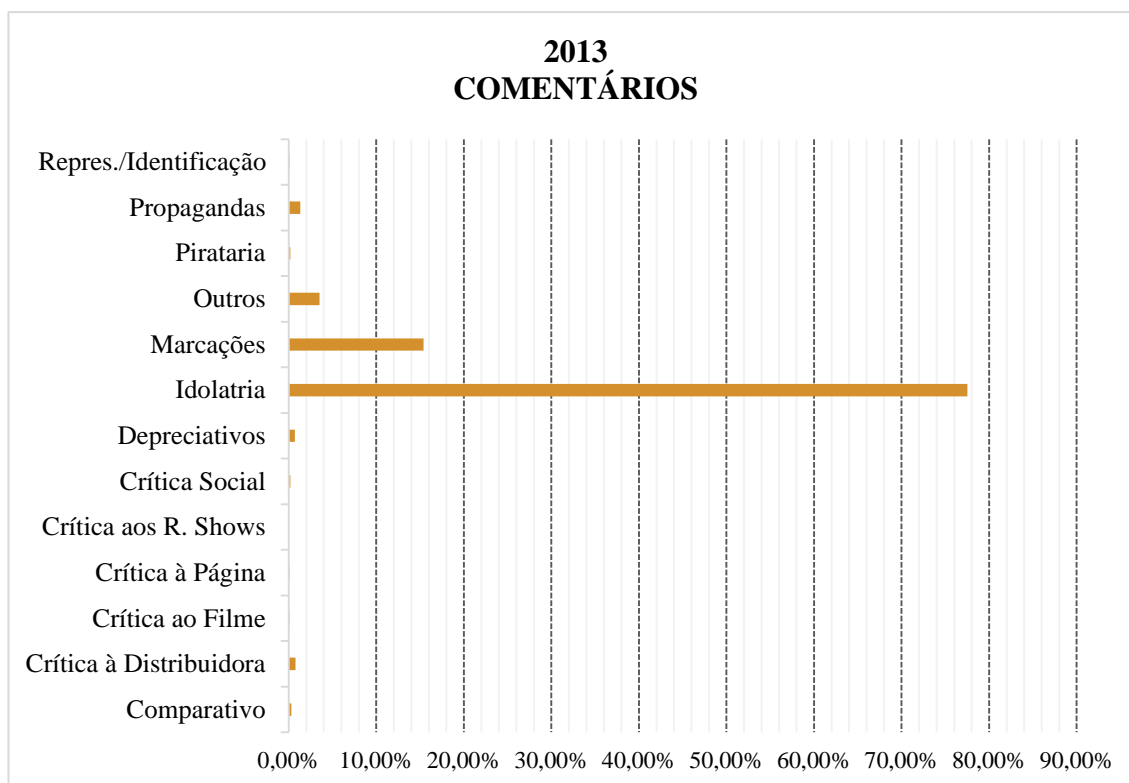
A amostra de imagens 2013 totalizou um total de 28.026 comentários observados e catalogados, a partir das 163 imagens selecionadas. A grande maioria dos comentários foram enquadrados no grupo *idolatria*, como nos anos anteriores, com quase 80% da totalidade dos comentários observados. A partir do ano de 2013 os comentários dos fãs tornam-se ainda mais embasados nos acontecimentos dos livros, bem como estes se apresentam ainda mais enquanto verdadeiros seguidores dos atores principais.

O segundo grupo com maior quantidade de comentários, *marcações*, com cerca de 15% dos comentários observados, foi acrescentado ao ano de 2013 em virtude do grande montante de comentários contendo a marcação de outros membros do *Facebook*, evidenciando, uma espécie de divulgação espontânea promovida pelos membros da comunidade entre seus conhecidos. O terceiro grupo de maior expressividade, o grupo *outros*, com cerca de 3% dos comentários observados, se referem, como nos anos anteriores, a comentários relacionados a correntes ou de difícil compreensão para esse trabalho.

Um grupo importante, apesar da pequena expressividade, que foi acrescentado ao ano de 2013 foi o grupo nomeado *pirataria*. Esse grupo foi criado em virtude do aparecimento de muitos comentários compartilhando sites que comercializam o filme de forma ilegal na

internet. Apesar de compor apenas 0,17% da amostragem (50 comentários), é importante registrar aqui o aparecimento dos dados relativos a esse tipo de comercialização virtual. Os grupos de comentários se dividiram de acordo com os gráficos abaixo:

Gráfico 9 - Tipologia dos Comentários - 2013



Fonte: Produção do próprio autor.

A partir da observação desenvolvida é possível perceber como o ciberespaço consegue estruturar relações sociais entre diferentes contextos socioculturais nacionais e internacionais. Tais indivíduos são interligados a partir de uma convergência do gosto, a qual pode ser relativa ao filme, ao tema central do filme, aos atores, ou simplesmente uma curiosidade sobre o fenômeno em evidência a partir dos organismos virtuais acessados.

Esse trabalho foi pensado em virtude das estratégias de marketing e publicização utilizadas durante o processo de divulgação do primeiro filme *Jogos Vorazes* (especialmente no que diz respeito às estratégias virtuais). Foi a partir de uma curiosidade gerada diante do volume de propaganda percebida dentro do ciberespaço (sites, blogs, redes sociais) que decidimos assistir ao filme, e posteriormente, a rede social escolhida. Organizou-se dentro do ambiente virtual uma espécie de ciberacontecimento, patrocinado e intencional

(produção/distribuição do filme), articulado a partir de outras comunidades e grupos seguidos por esta pesquisa.

Visualizamos dentro da comunidade indivíduos de todas as partes do país – principalmente nas postagens relativas às estreias, onde alguns jovens reclamavam por não haver exibição em sua cidade, e outros comemoravam a participação da sua - e eventualmente alguns comentários em Inglês e Espanhol.

Eventualmente notamos alguns episódios de *bullying*¹⁷ virtual dentro dos comentários postados nas imagens. Esse tipo de comportamento ocorria quando algum dos comentaristas (membro ou não da comunidade) se referia a algum dos personagens ou à própria cronologia dos eventos desenrolados na narrativa de maneira equivocada (tanto em relação ao filme quanto ao livro), gerando um constrangimento público e virtual sobre o indivíduo equivocado.

Acreditamos que a maior participação textual na comunidade patrocinada, em detrimento da espontânea, diga respeito ao caráter mais disperso de seus membros, enquanto a segunda estaria atrelada (pelo menos inicialmente) a um público próximo em termos de relações interpessoais. Aparentemente, os indivíduos membros se sentem mais à vontade para tecer comentários em ambiente de caráter mais amplo, onde as relações possuem caráter mais impessoal e distanciado.

Alguns comentários entusiasmados publicados por parte de membros da comunidade que acompanham o filme, eventualmente, geram discussões internas, as quais vão desde a escolha de determinado ator para determinado papel, até diferenças e problemas direcionados à adaptação da obra literária em formato fílmico. É possível perceber a existência de um público consciente, um público que teve acesso à obra literária e que não só observa, como também desenvolve comparações e críticas.

É possível sentir uma espécie de hierarquia invisível entre os membros, onde aqueles que leram o livro possuem lugar privilegiado. Também percebemos haver uma aproximação maior entre o público leitor, na medida em que ocasionalmente estes desenvolveram diálogos paralelos dentro dos comentários nas imagens. O que nos permite visualizar como tais estruturas virtuais viabilizam o estabelecimento de relações sociais entre indivíduos localizados em diferentes estados do Brasil.

A pirataria virtual, categoria inseria a partir da observação das imagens do ano de 2013, aparece tanto em caráter de comércio, quanto de alternativa, ou até mesmo de

¹⁷ “O bullying é um acto de violência físico-psicológica. Essa ação discriminatória da-se sobretudo, na adolescência, podendo ser directo ou indirecto e, ocorrendo nos mais variados contextos, sendo que o mais comum seja entre crianças e jovens em contexto escolar.” (VILA E DIOGO, 2009, p. 1, grifo do autor).

comodidade. Uma fuga para alguns fãs diante das altas taxas cobradas pelos cinemas que exibem o filme, uma alternativa para quem vive em cidades pequenas que não possuem cinemas ou que não exibiram o filme, ou apenas uma alternativa prática para quem não deseja sair de casa. Essa pirataria diz respeito também ao compartilhamento dos livros em formato textual para aqueles que não tiveram condições de ter acesso à obra literária.

Descobrimos dentro dos comentários observados a existência de um grupo de indivíduos¹⁸, supostamente independente (posteriormente *Mainstay Productions*), que se organizou e passou a confeccionar vídeos sobre o filme (eventualmente cenas ausentes na adaptação norte-americana). Fenômeno que nos mostra como, a partir da cibercultura e consequente popularização do uso de recursos digitais viabilizados via computador, celular ou outros dispositivos com acesso à internet, esses indivíduos têm autonomia (em termos de produção/distribuição do material) e condições técnicas tanto para produzir estruturas audiovisuais quanto socializa-las dentro do ambiente virtual.

É interessante perceber também a existência de uma espécie de rede interna, onde outros moderadores de outras comunidades com temas semelhantes à comunidade observada por essa pesquisa divulgam os links de suas comunidades no espaço destinado aos comentários. Acreditamos que isso ocorra em virtude da política interna de publicações da comunidade, que não permite esse tipo de divulgação em sua página principal.

Verificamos também que com o encerramento da trilogia nos cinemas (2015), o fluxo de informações compartilhadas na comunidade diminuiu sensivelmente. As postagens pós-filmes (2015 - 2016) dizem respeito a propagandas de outros filmes de mesmos produtores ou postagens nostálgicas sobre os filmes. A comunidade continua a existir no ciberespaço e seu número de membros não diminuiu, continua aumentando, contando atualmente com cerca de 22,424,417 membros.

¹⁸ Disponíveis via Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=x3CwUQ_Bkr0

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, vamos ressaltar aqui que as observações a seguir estão relacionadas aos temas discutidos anteriormente, bem como as imagens e comentários observados na comunidade escolhida, não pretendendo aqui nos referir à totalidade do pensamento e das interpretações dos membros da comunidade observada. Ou seja, consideramos tais comentários enquanto fragmentos de uma identificação (ou não) com o filme e/ou suas temáticas, mas não queremos colocar aqui que tais indivíduos vivam em função desses temas.

Como colocado anteriormente, a dissolução das fronteiras entre regiões viabilizadas de forma diferencial pela internet e seus organismos virtuais, tem possibilidade a formação de sociedades com aspectos multiculturais. A partir da nossa observação dentro da comunidade, é notável a aproximação de seus membros com o filme, com os atores, ou até mesmo com outros filmes estrelados por esses atores. Os quais são produtos de outro contexto sociocultural.

Alguns membros colocam ter acompanhado esse ou aquele ator desde o início de sua carreira, o que supostamente deveria lhe atribuir um caráter de *mais* autêntico ou *melhor* fã do título. Visualizamos também, a partir da observação dos comentários, uma quantidade enorme de fãs utilizando imagens do filme enquanto foto principal de seu perfil na rede Facebook (especialmente nos meses de lançamento dos filmes). Esses comportamentos nos remetem à tipos de apropriações individuais por parte dos membros, bem como a existência de uma necessidade de expor ao seu círculo virtual sua identificação.

A sociedade contemporânea se encontra em um contexto cada vez mais permeado por essas novas ferramentas proporcionadas pelas novas tecnologias, as quais na maioria dos casos utilizam diversos tipos de recursos audiovisuais. A imagem ficcional ou o filme ficcional pode não ser considerado um documento factual, mas é preciso que as ciências de forma geral considerem que toda narrativa humana esta imbricada de reverberações sociais, culturais e políticas daqueles que as compõem. As interpretações podem ser subjetivas e individuais, mas os organismos narrativos virtuais podem ser observados.

Para além disso, diante do contexto da sociedade contemporânea, acreditamos que o estudo de discursos imagéticos deveria fazer parte da grade escolar do ensino médio. Já se sabe que filmes são embasados por discursos, bem como se sabe que as interpretações possuem caráter individual e dependem fundamentalmente daquele que os consome. Nessa medida é preciso preparar os nossos jovens para receber criticamente esse complexo fluxo de informações. Além dos discursos cinematográficos a internet a partir do ciberespaço viabiliza

a formação e divulgação (independentes ou não) virtual de outros tipos diversificados de narrativas. Partindo do Facebook temos, grosso modo, textos, imagens e vídeos veiculados ao mesmo tempo, à velocidade de um *clique*.

Outras estruturas imagéticas se agregam a essas mídias sociais diariamente, no caso deste trabalho foram observados (a partir do Facebook e das publicações da página), a promoção de três aplicativos (jogos) com a temática do filme, o lançamento de um pacote de desenhos interativos com personagens do filme a serem utilizados em conversas pessoais, e o surgimento de diversas comunidades referentes ao filme *Jogos Vorazes* (anexo 9). Esses elementos são exemplos das possibilidades de articulação de mercadorias a partir de uma rede social virtual. Tais estruturas possuíam caráter gratuito de consumo, entretanto, acreditamos que estas reforçam a ideia do filme, o que possivelmente articula novos consumos, novas apropriações.

As discussões sobre a imagem e os recursos audiovisuais contemporâneos não podem esquecer de colocar observações a respeito da inserção dos EUA no mercado consumidor brasileiro, especialmente no que diz respeito ao cinema, já que acreditamos aqui que os EUA são os maiores produtores de subjetividades imagéticas no contexto atual. A faixa etária dos membros da comunidade, observada de maneira informal nessa pesquisa, nos mostra que a influência dos filmes norte-americanos se estabelece desde muito cedo, notamos jovens com aparência (a partir de suas fotos do perfil) de idade inferior a 15 anos.

Outro fator a ser considerado é como o Mercado de Estrelas promovido por hollywood exerce influência sobre os indivíduos, especialmente em virtude da grande e esmagadora maioria dos comentários observados estarem relacionados à idolatria, seja do filme, dos personagens ou dos atores. Muitos fãs colocam o filme como o “filme de suas vidas”, mas a temática que se destaca nos comentários é relacionada à beleza (dos personagens), à força e coragem (da protagonista) ou ao romance representado no filme.

Essa pesquisa partiu de uma curiosidade a respeito do reality show (e suas ferramentas midiáticas) representado no primeiro filme *Jogos Vorazes* (2012), no entanto, essa discussão aparece em pouquíssimos comentários, tão poucos que nem se configuram dentro das porcentagens aparentes. É possível verificar que o mais importante para os membros da comunidade, a partir dos comentários, não é o caráter político da narrativa, e sim o romance e a ação.

O fato da categoria *Idolatria* agregar a grande maioria dos comentários nos leva a refletir a respeito dos tipos de interpretações feitas por esses indivíduos a respeito do filme. Podemos perceber que, a partir dos comentários, que o caráter de entretenimento ou

deslumbre estético são os mais expressados nos comentários publicados nas imagens. O que nos mostra desejos/admirações sobre determinados padrões de beleza e comportamentos.

É claro que não queremos aqui desconsiderar a pequena porcentagem da amostra que se refere às temáticas políticas e sociais representadas no filme (0% em 2011, 0,08% em 2012 e 0,17% em 2013), mas é preciso lembrar que o que se sobressai são os efeitos da indústria cultural, por mais que o filme, de forma geral, parta de uma narrativa política onde se questiona a existência de um programa televisivo extremamente violento em como os desmandos de um governo totalitário.

Para esse trabalho, a discussão mais relevante e contemporânea do filme *Jogos Vorazes* diz respeito aos realities shows, entretanto, dentro do período observado – 2011 a 2013 – apenas três comentários (0,08% da amostra de 2012) se referem ao gênero televisivo. O que nos leva a considerar que os efeitos especiais utilizados, a beleza dos personagens, a grandiosidade da adaptação, a quantidades de veículos comunicacionais utilizados para divulgação, os brindes, as *teias* da cultura de massas se destacam nos efeitos causados pelo filme.

Um fator interessante é que o filme *Jogos Vorazes* é protagonizado por uma personagem feminina, independente e sem aparente associação a nenhuma doutrina religiosa. Isso é uma característica interessante do filme já que seu país de origem possui característica dominante de expressão familiar em moldes patriarcais. Acreditamos que esse constitui um dos fatores que determinam a grande participação feminina nos comentários publicados.

Outro fator positivo diz respeito ao fato de que a grande maioria dos membros que se colocam nas postagens, aparentemente, tiveram acesso às obras literárias previamente, o que evidencia a existência de um público leitor bastante articulado. Além disso, o ciberespaço aparece enquanto alternativa de acesso tanto ao filme quanto às obras literárias para muitos dos membros da comunidade. Tais acessos são articulados tanto a partir de meios legais (como a compra dos filmes ou livros) quanto meios ilegais (sites ilegais de compartilhamento que veiculam tanto os filmes quanto os livros).

Certamente é possível que os comentários postados digam respeito apenas a uma emoção sentida pelos usuários no momento em que estes visualizam as imagens publicadas. No entanto, é preciso discutir a imagem, é preciso discutir o cinema, é preciso discutir os efeitos do modelo de economia capitalista no dia-a-dia das sociedades. Especialmente nas sociedades de países considerados *subdesenvolvidos* ou nas denominadas por alguns enquanto *economias em desenvolvimento*, onde as relações de poder se estabelecem de maneira extremamente injusta para a maioria da população.

Além disso, é preciso acompanhar os avanços das novas mídias em espaço virtual, o surgimento da internet abriu precedentes para a criação de um novo mundo, de novos mundos, que por mais que não possuam características materiais e físicas, estão presentes no cotidiano de muitos indivíduos. A internet é cada vez mais utilizada por organismos e estruturas físicas das sociedades contemporâneas para dar suporte a mecanismos de segurança, de trabalho, de pesquisa, por exemplo.

Já em virtude de sua ampla e crescente utilização, os estudos e desenvolvimentos de técnicas metodológicas para a aplicação de observação sobre o espaço virtual se fazem mais do que pertinentes. Em virtude do seu caráter *virtual* e da ausência de metodologias específicas a serem aplicadas ao campo os desafios ainda são muitos, mas só a busca constante será capaz de desvendar as nuances desse novo campo. As nossas tentativas, nesse trabalho, não obtiveram grande sucesso, mas, o estabelecimento de contato, mesmo que virtual, com os membros dos organismos observados pode ser uma alternativa enriquecedora para trabalhos posteriores relacionados a mídias sociais.

O relacionamento entre o Cinema, a internet e as mídias sociais fica evidenciado nesse trabalho como uma associação extremamente vantajosa em termos de divulgação e comercialização. É possível que exista, inclusive, alguma espécie de *pesquisa de opinião* sobre os seguidores de tais mídias. No Brasil, além disso, existe ainda uma grande facilidade de acesso a sites que compartilham filmes de maneira ilegal, estabelecendo assim uma relação ainda mais íntima entre a internet e os filmes.

REFERÊNCIA

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. 1947. Disponível em: <https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

AGUIAR, W. M. J. Reflexões a partir da psicologia sócio-histórica sobre a categoria consciência. **C.P.**, n.110, p.125-142, julho/2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n110/n110a05.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

ALMEIDA, C. A. O Cinema brasileiro no Estado Novo: o diálogo com a Itália, Alemanha e URSS. **Rev. Sociol. e Polit.**, n. 12, 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n12/n12a07.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

AMARAL, A; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Famecos/PUCRS**, Porto Alegre, n. 35, 20 dez. 2008. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

ARAÚJO, T. H. B.; CHAUVEL, M.A. Estratégias de promoção no lançamento de filmes norte-americanos no mercado Brasileiro: um estudo de caso. **RIMAR**, v.3, n.1, p. 22-39, jan./jun. 2004. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rimar/article/view/26752>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

AUGÉ, M. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus/Travessia do Século, 2002.

BARTHES, R. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. **Textos de Benjamin Walter**. Tradução de José Lino Gunnewald et al. 1955. Disponível em: <https://cei1011.files.wordpress.com/2010/08/benjamin_a-obra-de-arte-na-epoca.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

BERNARDET, J. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

BOAS, F. **Antropologia cultural**. Organização e tradução de Celso Castro. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S. A., 1989.

BURKE, P. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ltda. 2. ed. 2008.

BUTCHER, P. A reinvenção de Hollywood: cinema americano e produção de subjetividade nas sociedades de controle. **Contemp.**, n.3, 2004.

CANEVACCI, M. **Antropologia do cinema.** São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **Antropologia da Comunicação Visual.** São Paulo: Brasiliense, 1990.

CARVALHO, M. S. V. M. **A trajetória da internet no Brasil:** do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança. 2006. 239f. Dissertação (Mestrado em Ciências de Engenharia de Sistemas e Computação) – Programas de Pós-Graduação de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

CESÁRIO, L. B. Cinema Latino-americano e globalização: novos desafios econômicos, políticos e culturais. ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 6., 2008, Niterói-RJ. **Anais...** Niterói-RJ, 2006, p.1-14. Disponível em: <file:///C:/Users/Leandro/Downloads/Cinema%20Latino-Americano%20e%20Globalizacao.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

CHARTIER, R. **A História cultural:** entre práticas e representações. Tradução Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

DURAND, G. L'Imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l'image. Tradução de. José Carlos de Paula Carvalho, Colaboração de Isolda Paiva Carvalho, Revisão técnica de Marcos Ferreira Santos. **CICE**, Paris: Hatier, 1994. Disponível em: http://www.rogerioa.com/resources/P%C3%B3s/Durand_Imaginario.pdf. Acesso em: 5 nov. 2015.

_____. **As estruturas antropológicas do imaginário.** São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FERREIRA, A. C. Junho de 2013: hiperetnografia de uma insurreição "invisível". REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 30., 2016, João Pessoa-PB. **Anais...** Joao Pessoa-PB, 2016, p. 1-23. Disponível em: <file:///C:/Users/Leandro/Downloads/Hiperetnografia.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2016.

RIFIOTIS, T. Etnografia no ciberespaço como repovoamento e explicação. REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 29., 2009, Natal-RN. **Anais...** Natal-RN, 2009, p.1-

19. Disponível em:

<http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1401824396_ARQUIVO_Etnografianocibe_respacocomorepovoamentoeeexplicacao2014.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

SÁ-EARP, F.; SROULEVICH, H. O mercado de cinema no Brasil. **Políticas culturais: Reflexões e ações**. São Paulo: Itáu cultural; Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, p. 181-199, 2009. Disponível em: <http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001513.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

FERRO, M. **Cinema e História**. Tradução Flávia Nascimento. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

FELDMAN, I. . **Paradoxos do visível** - reality shows, estética e política. 2007. 100f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2007. Disponível em: <http://www.bdt.dn.c.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4374>. Acesso em: 5 nov. 2015.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GEERTZ, C. A **Interpretação das culturas**. 1. ed. 13. reimpressão, Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica**: cartografias do desejo. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

HALL, S. A questão multicultural. In: _____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HINE, C. **Etnografia virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

JOGOS vorazes. Direção: Gary Ross e Francis Lawrence. Roteiro: Suzanne Collins. Produção: Jon Kilik; Nina Jacobson; Suzanne Collins e Nina Jacobson. EUA: Lions Gate Entertainment, 2012, color, 142 min.

JUNGBLUT, A. L. Práticas ciberativistas, agência social e ciberacontecimentos. **Vivência** 45, n. 45, p. 13-22, 2015. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/8885/2/Praticas_ciberativistas_agencia_social_e_ciberacontecimentos.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2016.

KOZINETTS, R. V. On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. **Advances in Consumer Research**, v. 25, p. 366-371, 1998. Disponível em: <<http://acrwebsite.org/volumes/8180/volumes/v25/NA-25>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

LE GOFF, J. **História: novos objetos**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1976.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. Precedido de uma Introdução à obra de Mareei Mauss por Claude Lévi-Strauss, Textos Georges Gurvitch e Henri Lévy-Bruhl, Tradução Paulo Neves. São Paulo: COSACNAIFY, 2003.

LEVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MAIA, L. B. **Produção, distribuição e exibição – cinema brasileiro da retomada (1995-2005)**. 2008. 83f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia291924>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

MARCUS, G. E.; FISCHER, M. M. **Anthropology as Cultural Critique: an experimental moment in the Human Sciences**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1986.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos em ciência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1>>. Acesso em: 5 nov. 2015

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

_____; REY, G. **Os exercícios do ver**. São Paulo: Editora Senac, 2004.

MASSAROLO, J. Estratégias contemporâneas do Storytelling para múltiplas telas. ALIAC, 2014, Peru. **Anais...** Peru: PUCP, 2014. Disponível em: <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/10/GI3-Joao-Massarolo.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

MATTA, J. P. R. **Análise competitiva da indústria cinematográfica brasileira no mercado interno de salas de exibição, de 1994 a 2003**. 2004. 296f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Mestrado da Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia Disponível, Salvador, 2004. em: <

<http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/joaopaulo.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

_____. Marcos históricos da indústria cinematográfica: hegemonia norte-americana e convergência audiovisual. **CAHL**, v. 3 (1), p. 66-78, 2009. Disponível em: http://www2.ufrb.edu.br/edicoes/n03/pdf/Joao_Paulo.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

MONTEIRO, S. D. O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. **DataGramZero**, v.8, n.3, jun. 2007. Disponível em: http://www.brapci.ufpr.br/brapci/repositorio/2010/01/pdf_31a590c998_0007547.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

MORAES, C. T. Q.; LIMA, J. V.; FRANCO, S. R. K. **Conceitos sobre Internet e Web**. 1.ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/sead/publicacoes/documentos/livro-conceito-internet-e-web>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

PENA, F. **A vida é um show**. Celebridades e heróis no espetáculo da mídia. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pena-felipe-vida-show.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

PENAFRIA, M. Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s). CONGRESSO SOPCOM, 6., Lisboa, 2009. **Anais...** Lisboa, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

RÉGIO, M. S. **A distribuição independente no cinema brasileiro: um estudo sobre a circulação do longa-metragem nacional no mercado de salas**, em 2010. 2012. 133f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4056>. Acesso em: 5 nov. 2015.

ROCHA, A. L. C.; ECKERT, C. Antropologia em outras linguagens Considerações para uma etnografia hipertextual. **RBCS**, v 31, n. 90, p.71-84, fev. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v31n90/0102-6909-rbcsoc-31-90-0071.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

ROCHA, P. J.; MONTARDO, S. P. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-Compos**, v. 4, p. 2-22, dez. 2005. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/view/4>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

ROSA, A. M. As origens históricas da internet: uma comparação com a origem dos meios clássicos de comunicação ponto a ponto. **Rev. Estud. Comun.**, n. 11, p. 95-123, maio 2012. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-05.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

SANTOS, E. R. **O sistema multiplex e a crise das salas de Cinemas tradicionais em Salvador**. 2000. 55f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Curso de graduação da Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12191/1/TCC%20ELETICE%20RANGEL%20SANTOS.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

SANTOS, F. M.; GOMES, S. H. A. Etnografia virtual na prática: análise dos procedimentos metodológicos observados em estudos empíricos em cibercultura. SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 7., 2013. **Anais...** Paraná: PARA SER UTP, 2013. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_1_Educacao_e_Processos_de_Aprendizagem_e_Cognicao/26054arq02297746105.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

STOLFI, A. **World wide web: forma aparente e forma oculta**. 2010. 378f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/Leandro/Downloads/dissertacao_stolfi.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

STRAUSS-LEVI, C. **Mito e Significado**. Tradução: Antônio Marques Bessa. [S.l.]: Sabotagem. Disponível em: <<http://200.144.182.130/cje/anexos/pierre/LEVISTRAUSSCMitoesignificado.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

VIANA, S. **Rituais de Sofrimento**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

XAVIER, I. **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Edições GRAAL Ltda., 1983.

ZIZEK, S. (Org.) **Um Mapa da Ideologia**. Tradução de Vera Ribeiro. Revisão de tradução Cesar Benjamin. 1. reimpressão, Contraponto, 1994. Disponível em: <<http://petdireito.ufsc.br/wp-content/uploads/2014/06/link.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

ANEXO

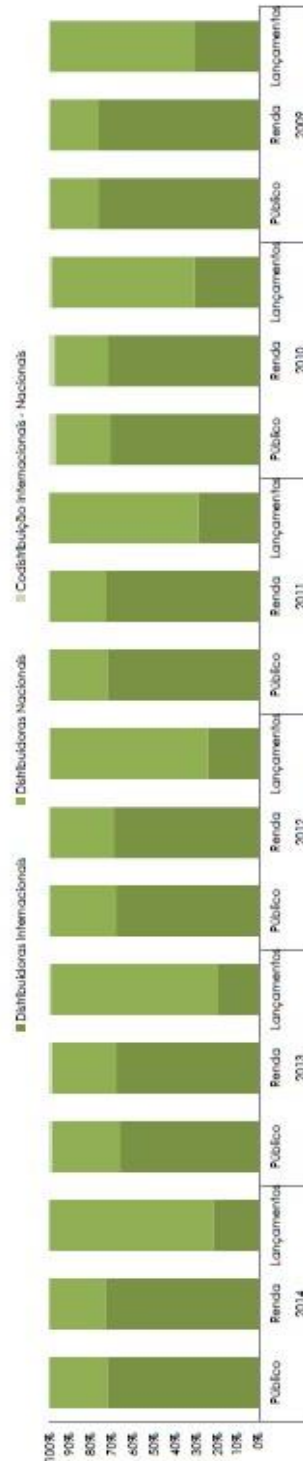
ANEXO A – Tabela da ancine de distribuição em salas 2009 – 2014 (Total)



Distribuição em Salas - 2009 a 2014

Público, Renda e Lançamentos - Por Tipo de Distribuidora - Total

	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Público Total	155.572.454	149.518.249	144.593.494	143.208.012	134.834.791	112.470.935
Distribuidoras Internacionais	112.346.148	98.870.054	99.623.836	100.541.234	95.484.714	85.996.359
Distribuidoras Nacionais	43.226.306	48.389.449	44.545.036	39.468.504	35.465.333	26.388.499
Codistribuição Internacionais - Nacionais	0	2.258.765	424.622	8.274	3.866.724	316.077
Renda Total (R\$)	1.955.442.940	1.753.200.572	1.413.983.926	1.450.005.945	1.340.379.832	949.794.683
Distribuidoras Internacionais	1.432.515.907	1.191.214.551	1.110.201.319	1.056.522.189	906.282.424	741.772.838
Distribuidoras Nacionais	522.947.033	558.667.579	499.346.407	393.488.970	320.210.270	225.433.887
Codistribuição Internacionais - Nacionais	0	23.318.443	4.436.180	24.807	33.881.139	2.640.159
Lançamentos Totais	387	397	325	337	302	317
Distribuidoras Internacionais	84	77	79	97	93	97
Distribuidoras Nacionais	303	317	244	240	206	219
Codistribuição Internacionais - Nacionais	0	3	2	0	3	1
	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	2,7%	0,3%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	21,7%	19,4%	24,3%	28,5%	30,6%	30,6%
	78,3%	79,8%	75,1%	71,2%	68,2%	69,1%
	0,0%	0,8%	0,6%	0,0%	1,0%	0,3%

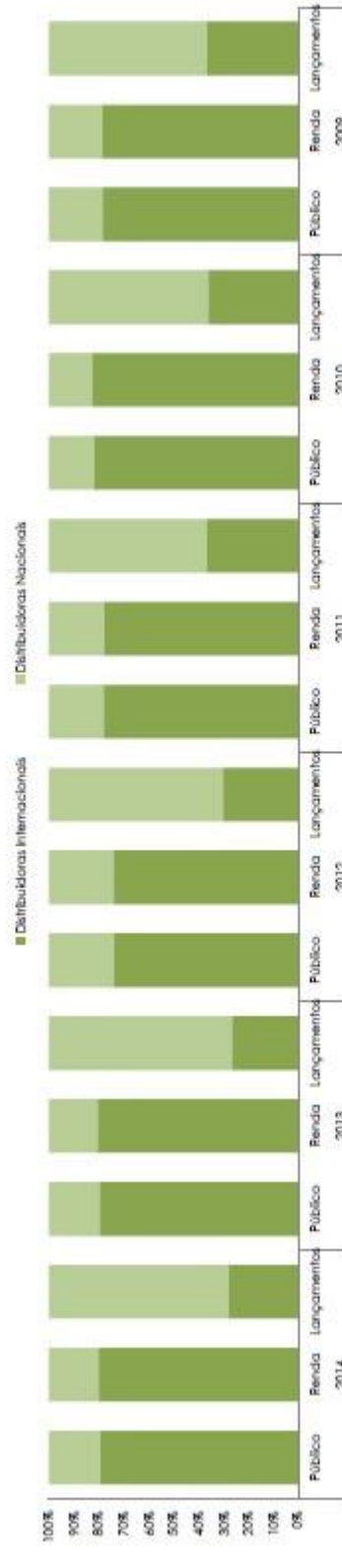


ANEXO C – Tabela da ancine de distribuição em salas 2009 – 2014 (Filmes estrangeiros)



Distribuição em Salas - 2009 a 2014
Público, Renda e Lançamentos - Por Tipo de Distribuidora - Filmes Estrangeiros

	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Público - Filmes Estrangeiros	134.513.500	121.728.445	130.743.514	125.518.802	109.149.353	94.595.504
Distribuidoras Internacionais	108.414.589	97.181.243	96.855.343	98.181.841	89.344.974	75.614.402
Distribuidoras Nacionais	27.898.911	24.547.222	34.088.171	27.336.961	19.794.377	20.781.104
Renda - Filmes Estrangeiros (R\$)	1.735.595.815	1.456.126.514	1.455.913.543	1.288.510.357	1.034.415.762	837.872.913
Distribuidoras Internacionais	1.389.584.567	1.173.273.545	1.082.305.064	1.006.430.690	853.198.949	660.060.910
Distribuidoras Nacionais	344.009.248	282.854.951	373.608.498	282.079.666	181.216.793	177.812.003
Lançamentos Estrangeiros	273	248	242	237	228	233
Distribuidoras Internacionais	77	72	73	87	83	86
Distribuidoras Nacionais	196	176	169	150	145	147
Porcentagem de Lançamentos	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Distribuidoras Internacionais	28,2%	29,7%	30,2%	36,7%	36,4%	36,9%
Distribuidoras Nacionais	71,8%	70,3%	69,8%	63,3%	63,6%	63,1%



Nota: Distribuidora Internacional são empresas brasileiras subleiladas das grandes estúdios de produção e distribuição de Hollywood, também conhecidas como majors e presentes em todas as mercados mundiais: Disney, Paramount, Sony, Fox, Universal e Warner. Distribuidoras nacionais são empresas brasileiras sem vínculos com distribuidoras estrangeiras.

Observação:
Ano de 2014: 52 semanas - período de 03/01/2014 a 31/12/2014.
Ano de 2013: 52 semanas - período de 04/01/2013 a 02/01/2014.
Ano de 2012: 52 semanas - período de 04/01/2012 a 03/01/2013.
Ano de 2011: 53 semanas - período de 31/12/2010 a 05/01/2012.
Ano de 2010: 52 semanas - período de 01/01/2010 a 30/12/2010.
Ano de 2009: 52 semanas - período de 02/01/2009 a 31/12/2009.

Fonte: ANCINE/SAM.
2009 a 2012: Dados compilados em 31/01/2014.
2013 e 2014: Dados compilados em 23/02/2015.

ANEXO D – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2012

Observatório Brasileiro de Cinema e de Audiovisual - OCA oca.ancine.gov.br



Filmes Brasileiros e Estrangeiros Lançados - 2012
Período: 06 de janeiro de 2012 a 03 de janeiro de 2013

#	Título	Distribuidora	País	Gênero	Data de Lançamento	Salas no lançamento	Máximo de salas ocupadas	Renda Bruta (R\$)	Público
1	Os Vingadores - The Avengers	Disney	EUA	Ficção	27/04/2012	1.042	1.042	129.595.590,00	10.911.371
2	A saga Crepúsculo: Amanhecer – Parte 2 O final	Paris (SM)	EUA	Ficção	15/11/2012	1.410	1.410	100.816.443,89	9.596.296
3	A Era do Gelo 4	Fox	EUA	Animação	29/06/2012	1.010	1.010	94.701.801,95	8.728.719
4	Madagascar 3: Os Procurados	Paramount	EUA	Animação	08/06/2012	885	885	59.140.818,00	5.269.118
5	Alvin e os Esquilos 3	Fox	EUA	Animação	06/01/2012	539	545	44.341.517,97	5.187.250
6	Batman: O cavaleiro das Trevas Ressurge	Warner	EUA	Ficção	27/07/2012	968	968	55.062.755,00	5.146.519
7	O Espetacular Homem-Aranha	Sony (Columbia)	EUA	Ficção	06/07/2012	681	936	60.473.881,21	5.145.603
8	De pernas pro ar 2	Downtown/Paris/Riofilme	Brasil	Ficção	28/12/2012	718	718	50.312.134,36	4.846.273
9	Valente	Disney	EUA	Animação	20/07/2012	705	705	37.023.212,00	3.459.397
10	Até que a Sorte nos Separe	Downtown/Paris/Riofilme	Brasil	Ficção	05/10/2012	417	425	34.670.753,25	3.411.137
11	Os mercenários 2	Imagem (Wmix)	EUA	Ficção	31/08/2012	662	662	33.115.807,00	3.166.183
12	O Hobbit: Uma jornada inesperada	Warner	EUA	Ficção	14/12/2012	1.189	1.189	36.462.520,00	2.829.580
13	Homens de Preto 3	Sony (Columbia)	EUA	Ficção	25/05/2012	797	797	31.344.359,46	2.649.531
14	E Aí, Comeu?	Downtown/Paris/Riofilme	Brasil	Ficção	22/06/2012	514	514	26.078.324,43	2.578.599
15	007 – Operação Skyfall	Sony (Columbia)	EUA	Ficção	26/10/2012	537	558	29.714.512,20	2.553.352
16	Os Penetras	Warner	Brasil	Ficção	30/11/2012	318	330	25.613.581,00	2.548.441
17	Hotel Transilvânia	Sony (Columbia)	EUA	Animação	05/10/2012	445	445	31.178.664,33	2.530.219
18	Branca de Neve e o Caçador	Universal	EUA	Ficção	01/06/2012	571	571	24.999.741,00	2.518.398
19	Fúria de Titãs 2	Warner	EUA	Ficção	30/03/2012	523	528	30.297.310,00	2.481.093
20	Sherlock Holmes: O Jogo das Sombras	Warner	EUA	Ficção	13/01/2012	434	434	24.720.866,00	2.456.934
21	O Motoqueiro Fantasma 2	Imagem (Wmix)	EUA	Ficção	17/02/2012	493	504	27.833.833,10	2.397.189
22	As aventuras de Pi	Fox	EUA	Ficção	21/12/2012	404	449	22.506.754,78	2.227.396
23	A Origem dos Guardiões	Paramount	EUA	Animação	30/11/2012	597	597	25.043.729,00	2.173.218
24	Cada um tem a gêmea que merece	Sony (Columbia)	EUA	Ficção	10/02/2012	317	317	20.583.026,03	2.128.174
25	Espelho, Espelho Meu	Imagem (Wmix)	EUA	Ficção	06/04/2012	415	415	18.649.185,70	1.936.376
26	Jogos Vorazes	Paris (SM)	EUA	Ficção	23/03/2012	723	723	19.316.149,39	1.917.085

Fonte: SADIS (ANCINE) - Dados compilados em 31/01/2014.

Os dados de renda e público são relativos ao ano de lançamento do filme acrescido de pré-estreias e exhibições em anos posteriores.

Para um melhor alinhamento com o mercado internacional, as obras registradas na ANCINE com distribuição da Paramount, que atua no Brasil também comercializando obras dos estúdios Universal, foram desagregadas entre as duas empresas, seguindo o padrão de distribuição no exterior.

ND: Dados não informados pela distribuidora até a data de compilação dos dados.

ANEXO E – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2013

Observatório Brasileiro de Cinema e de Audiovisual - OCA
oca.ancine.gov.br



Filmes Brasileiros e Estrangeiros Lançados - 2013 Período:
04 de janeiro de 2013 a 02 de janeiro de 2014

	Título	Distribuidora	País	Gênero	Data de Lançamento	Salas no lançamento	Máximo de salas ocupadas	Renda Bruta (R\$)	Público
1	Homem de ferro 3	Disney	EUA	Ficção	26/04/2013	1.253	1.253	96.493.278,00	7.633.751
2	Meu malvado favorito 2	Universal	EUA	Animação	05/07/2013	923	923	80.638.960,01	6.996.826
3	Thor 2 - O Mundo Sombrio	Disney	EUA	Ficção	01/11/2013	1.072	1.072	61.704.761,00	4.835.078
4	Minha mãe é uma peça	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	21/06/2013	407	407	49.533.218,31	4.600.145
5	Velozes e furiosos 6	Universal	EUA	Ficção	24/05/2013	1.030	1.030	49.148.215,00	4.521.808
6	Até que a Sorte nos Separe 2	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	27/12/2013	778	778	45.274.441,66	3.978.191
7	Wolverine Imortal	Fox	EUA	Ficção	26/07/2013	1.126	1.126	49.174.255,00	3.955.564
8	João e Maria: Caçadores de Bruxas	Paramount	EUA	Ficção	25/01/2013	509	509	48.663.644,00	3.716.154
9	Detona Ralph	Disney	EUA	Animação	04/01/2013	756	756	42.983.475,00	3.636.879
10	Jogos Vorazes: em Chamas	Paris	EUA	Ficção	15/11/2013	1.216	1.216	39.921.608,23	3.552.774
11	Universidade Monstros	Disney	EUA	Animação	21/06/2013	842	842	36.966.520,00	3.292.806
12	Se beber, não case! Parte 3	Warner	EUA	Ficção	30/05/2013	504	560	35.154.099,00	3.214.071
13	Meu Passado me Condena	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	25/10/2013	421	421	34.826.391,63	3.140.771
14	O hobbit: a Desolação de Smaug	Warner	EUA	Ficção	13/12/2013	1.029	1.029	41.348.948,00	3.017.521
15	Os Smurfs 2	Sony	EUA	Animação	02/08/2013	755	755	33.716.614,75	2.946.527
16	Os Croods	Fox	EUA	Animação	22/03/2013	751	751	33.609.299,00	2.788.344
17	O homem de aço	Warner	EUA	Ficção	12/07/2013	799	799	36.269.302,70	2.756.522
18	Vai que dá certo	Imagem	Brasil	Ficção	22/03/2013	469	469	28.990.665,92	2.729.340
19	Guerra mundial z	Paramount	EUA	Ficção	28/06/2013	777	777	33.316.551,00	2.587.204
20	Tá chovendo hambúrguer 2	Sony	EUA	Animação	04/10/2013	667	667	28.733.596,25	2.480.998
21	Percy Jackson e o Mar de Monstros	Fox	EUA	Ficção	16/08/2013	817	817	26.423.696,00	2.147.952
22	Oz, mágico e poderoso	Disney	EUA	Ficção	08/03/2013	731	731	24.165.196,00	1.914.246
23	Elysium	Sony	EUA	Ficção	20/09/2013	396	396	20.140.533,50	1.742.686
24	Crô - O Filme	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	29/11/2013	467	467	18.673.695,63	1.716.774
25	Somos tão jovens	Imagem/Fox	Brasil	Ficção	03/05/2013	565	565	18.253.649,24	1.715.763

Fonte: SADIS (ANCINE) - Dados compilados em 23/02/2015.

Os dados de renda e público são relativos ao ano de lançamento do filme acrescido de pré-estreias e exhibições em anos posteriores.

Para um melhor alinhamento com o mercado internacional, as obras registradas na ANCINE com distribuição da Paramount, que atua no Brasil também comercializando obras dos estúdios Universal, foram desagregadas entre as duas empresas, seguindo o padrão de distribuição no exterior.

ND: Dados não informados pela distribuidora até a data de compilação dos dados.

ANEXO F – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2014

Observatório Brasileiro do Cinema e da Audiovisual - OCA
oca.ancine.gov.br



Filmes Brasileiros e Estrangeiros Lançados - 2014
Período: 03 de janeiro a 31 de dezembro de 2014

#	Título	Distribuidora ¹	País	Gênero	Data de Lançamento	Salas no lançamento	Máximo de salas ocupadas	Renda Bruta (R\$)	Público
1	A Culpa é das Estrelas	Fox	Estados Unidos	Ficção	05/06/2014	950	950	69.101.206,00	6.165.793
2	Malévola	Disney	Estados Unidos	Ficção	29/05/2014	796	809	73.645.057,62	5.755.757
3	Rio 2	Fox	Estados Unidos	Animação	27/03/2014	1.271	1.271	63.906.860,00	5.213.679
4	X-Men: Dias de um Futuro Esquecido	Fox	Estados Unidos	Ficção	22/05/2014	1.419	1.419	64.417.536,00	4.923.664
5	Noé	Paramount	Estados Unidos	Ficção	03/04/2014	1.015	1.015	68.477.613,00	4.887.284
6	Jogos Vorazes: A Esperança - Parte 1	Paris	Estados Unidos	Ficção	20/11/2014	1.580	1.580	56.410.075,31	4.799.018
7	Capitão América 2: O soldado invernal	Disney	Estados Unidos	Ficção	10/04/2014	1.116	1.116	62.818.373,00	4.621.130
8	Como Treinar seu Dragão 2	Fox	Estados Unidos	Animação	19/06/2014	951	951	55.052.715,00	4.612.258
9	Transformers - A Era da Extinção	Paramount	Estados Unidos	Ficção	17/07/2014	1.053	1.053	61.735.174,00	4.587.292
10	Frozen: uma Aventura Congelante	Disney	Estados Unidos	Animação	03/01/2014	872	872	51.533.309,00	4.255.176
11	Êxodo: Deuses e Reis	Fox	Estados Unidos	Ficção	25/12/2014	901	901	62.521.544,00	4.151.658
12	Planeta dos Macacos: O Confronto	Fox	Estados Unidos	Ficção	24/07/2014	1.104	1.104	55.435.732,00	4.104.086
13	O Espetacular Homem Aranha 2	Sony	Estados Unidos	Ficção	01/05/2014	1.139	1.139	55.227.320,56	4.100.615
14	Annabelle	Warner	Estados Unidos	Ficção	09/10/2014	443	536	41.871.925,00	3.717.955
15	O Hobbit: A Batalha dos Cinco Exércitos	Warner	Estados Unidos	Ficção	11/12/2014	1.038	1.045	51.152.957,00	3.614.094
16	As Tartarugas Ninja	Paramount	Estados Unidos	Ficção	14/08/2014	757	757	43.787.612,00	3.366.952
17	Debi e Lóide 2	Imagem	Estados Unidos	Ficção	13/11/2014	825	825	35.482.978,72	3.071.422
18	Guardiões da Galáxia	Disney	Estados Unidos, Reino Unido	Ficção	31/07/2014	927	927	38.074.404,00	2.864.866
19	300: A Ascensão do Império	Warner	Estados Unidos	Ficção	07/03/2014	807	807	40.450.403,00	2.839.023
20	Robocop	Sony	Estados Unidos	Ficção	21/02/2014	734	748	33.468.464,81	2.816.772
21	Operação Big Hero	Disney	Estados Unidos	Animação	25/12/2014	959	959	34.531.188,00	2.717.603
22	Drácula: A História Nunca Contada	Universal	Estados Unidos	Ficção	23/10/2014	511	528	32.166.202,53	2.710.137
23	Hércules	Paramount	Estados Unidos	Ficção	04/09/2014	666	666	33.237.809,00	2.452.143
24	O Candidato Honesto	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	02/10/2014	595	595	24.827.669,51	2.237.776
25	Os Mercenários 3	Califórnia	Estados Unidos	Ficção	21/08/2014	740	740	24.583.284,69	2.108.500

Fonte: ANCINE - SADIS (Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição) - Dados compilados em 03/03/2016.

ND: Dados não informados pela distribuidora até a data de compilação dos dados.

Para um melhor alinhamento com o mercado internacional, as obras registradas na ANCINE com distribuição da Paramount, que atua no Brasil também comercializando obras dos estúdios Universal, foram desagregadas entre as duas empresas, seguindo o padrão de distribuição no exterior.

¹ A distribuidora neste arquivo é a empresa que realizou a distribuição do filme na semana de seu lançamento.

Os dados de renda e público são relativos ao ano de lançamento do filme acrescido de pré-estreias e exhibições em anos posteriores.

Para um filme ser considerado brasileiro, o mesmo deve possuir o Certificado de Produto Brasileiro (CPB).

ANEXO G – Tabela da ancine com filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2015

Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual - OCA.org.br



Filmes Brasileiros e Estrangeiros Lançados - 2015
Período: 01 de Janeiro de 2015 a 06 de Janeiro de 2016

#	Título	Distribuidora ¹	País	Gênero	Data de Lançamento	Salas no lançamento	Máximo de salas ocupadas	Renda Bruta (R\$)	Público
1	Vingadores: A Era de Ultron	Disney	Estados Unidos	Ficção	23/04/2015	1.356	1.356	146.184.931,00	10.129.071
2	Velozes e Furiosos 7	Universal	Estados Unidos	Ficção	02/04/2015	1.046	1.206	142.465.883,37	9.857.946
3	Minions	Universal	Estados Unidos	Animação	25/06/2015	1.084	1.084	119.998.320,79	8.912.094
4	Cinquenta Tons de Cinza	Universal	Estados Unidos	Ficção	12/02/2015	1.087	1.108	87.741.026,57	6.685.086
5	Jurassic World: O mundo dos dinossauros	Universal	Estados Unidos	Ficção	11/06/2015	1.001	1.147	90.707.161,19	6.356.559
6	Star Wars: Episódio VII - O despertar da Força	Disney	Estados Unidos	Ficção	17/12/2015	1.505	1.505	90.448.267,00	5.558.321
7	Jogos Vorazes: A esperança - O final	Paris	Estados Unidos	Ficção	19/11/2015	1.718	1.718	63.524.902,67	4.392.977
8	Cinderela	Disney	Estados Unidos	Ficção	26/03/2015	931	931	50.079.019,00	4.199.697
9	Divertida Mente	Disney	Estados Unidos	Animação	18/06/2015	879	879	45.644.493,00	3.780.325
10	Loucas pra Casar	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	08/01/2015	604	604	45.688.069,53	3.726.547
11	Bob Esponja: Um Herói Fora d'água	Paramount	Estados Unidos	Animação	05/02/2015	818	867	48.261.491,00	3.719.487
12	Vai que Cola - O Filme	H2O Films	Brasil	Ficção	01/10/2015	636	651	41.803.908,21	3.307.837
13	Hotel Transilvânia 2	Sony	Estados Unidos	Animação	24/09/2015	577	808	42.073.475,85	3.272.742
14	Os Pinguins de Madagascar	Fox	Estados Unidos	Animação	15/01/2015	911	911	40.478.965,00	3.133.452
15	Homem-Formiga	Disney	Estados Unidos	Ficção	16/07/2015	860	860	41.539.259,00	2.927.606
16	A Série Divergente - Insurgente	Paris	Estados Unidos	Ficção	19/03/2015	1.101	1.101	39.037.020,04	2.819.817
17	Missão impossível - Nação secreta	Paramount	Estados Unidos	Ficção	13/08/2015	947	947	37.270.687,00	2.711.422
18	Uma Noite no Museu 3: O Segredo da Tumba	Fox	Estados Unidos, Reino Unido	Ficção	01/01/2015	610	610	30.904.464,00	2.707.296
19	O Último Caçador de Bruxas	Paris	Estados Unidos	Ficção	29/10/2015	1.050	1.050	34.438.709,33	2.658.580
20	Meu Passado Me Condena 2	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	02/07/2015	618	618	32.941.689,75	2.639.935
21	Carrossel, O Filme	Downtown/Paris	Brasil	Ficção	23/07/2015	616	616	27.211.883,82	2.536.036
22	Exterminador do Futuro: Gênesis	Paramount	Estados Unidos	Ficção	02/07/2015	1.017	1.017	36.726.832,00	2.475.674
23	Pixels	Sony	Estados Unidos	Ficção	23/07/2015	748	748	33.768.616,57	2.355.234
24	Alvin e os esquilos - Na estrada	Fox	Estados Unidos	Animação	24/12/2015	945	945	26.592.790,00	2.318.296
25	Mad Max: Estrada da Fúria	Warner	Estados Unidos	Ficção	14/05/2015	996	996	33.364.967,00	2.233.234

Fonte: ANCINE - SADIS (Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição) - Dados compilados em 03/03/2016.

ND: Dados não informados pela distribuidora até a data de compilação dos dados.

Para um melhor alinhamento com o mercado internacional, as obras registradas na ANCINE com distribuição da Paramount, que atua no Brasil também comercializando obras dos estúdios Universal, foram desagregadas entre as duas empresas, seguindo o padrão de distribuição no ¹ A distribuidora neste arquivo é a empresa que realizou a distribuição do filme na semana de seu lançamento.

Os dados de renda e público são relativos ao ano de lançamento do filme acrescido de pré-estreias e exibições em anos posteriores.

Para um filme ser considerado brasileiro, o mesmo deve possuir o Certificado de Produto Brasileiro (CPB).

ANEXO H – Formulário para pesquisa



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

Sobre você:

1 – Sexo:

2 – Idade:

Sobre o Filme Jogos Vorazes:

- 1- Quantas vezes você já assistiu ao filme?
- 2- O que mais chamou sua atenção no filme?
- 3- Que compreensão o filme proporciona sobre o reality show vivenciado pela protagonista?
- 4- Você consegue visualizar alguma semelhança entre o reality show representado no filme com algum programa que você assiste? Qual?
- 5- Você acompanharia em sua casa um programa como o vivido por Katniss? Acharia interessante um programa “fatal” como os Jogos Vorazes?
- 6- Dentre os tributos quais os seus preferidos e porque?
- 7- Qual a importância dos patrocinadores do programa e o que os tributos precisam fazer para conquista-los?
- 8- O que você acha da primeira apresentação dos tributos? Você gostaria de ver ou participar de algo semelhante?
- 9- Para você qual o principal objetivo da relação inventada por Katniss e Peeta?
- 10- Você gosta da relação entre Peeta e Katniss mesmo sabendo que é uma farsa?
- 11- Defina Katniss Everdeen (personalidade, gostos, práticas):
- 12- Qual a relação da protagonista com a natureza?
- 13- Para você o que Peeta Mellark tem de mais interessante?
- 14- O que a protagonista passa a significar durante o programa?
- 15- Porque os outros distritos passam admirar a personagem vivida pela protagonista?

Sobre os Artistas:

- 1 – Quais as semelhanças que você acredita que existem entre a atriz Jennifer Lawrence e a personagem Katniss Everdeen?
- 2 – Quais as semelhanças que você acredita que existem entre o ator Josh Hutcherson e o personagem Peeta Mellark?
- 3 – Você tem algum “artigo” inspirado no filme (caderno, camisa, pôster, broche, etc)?
- 4 – Você leu o livro que inspirou o filme? Você gostou mais do livro ou do filme?
- 5 – Depois de assistir Jogos Vorazes a sua relação com outros filmes protagonizados pelos atores Jennifer Lawrence e Josh Hutcherson mudou?

Sobre Outros Filmes:

- 1 – Você já assistiu ao filme *O Show de Truman* protagonizado pelo ator Jim Carrey?
- 2 – Se sim, qual semelhança você consegue perceber entre *O Show de Truman* e *Jogos Vorazes*?
- 3 – Qual te agrada mais e porquê?

ANEXO I – Formulário preenchido dos sujeitos A, B e C**SUJEITO A****Sobre você**

- 1- Feminino.*
- 2- 15 anos.*

Sobre o filme Jogos Vorazes

- 1- Duas vezes.*
- 2- As cenas na arena de luta.*
- 3- Que como um reality show, um participante tem que saber jogar o jogo e deve ter suas habilidades e artimanhas, tanto físicas como mentais para continuar mais tempo, no caso dela, sobreviver.*
- 4- Acho que sim, o Big Brother Brasil, que tirando a parte da matança é o mais similar.*
- 5- Eu acompanharia, porém acharia errado pessoas jovens lutarem até a morte.*
- 6- Além da Katniss, a Rue me chama atenção. Pois mesmo sendo pequena, e não possuindo tanta força física quanto os outros tributos, ela é uma menina bastante inteligente para sua idade, e tinha habilidades que os outros não tinham.*
- 7- Muitos dependiam dos patrocinadores para sobreviver na arena, pois poderia faltar alimento, água e um tributo também poderia adoecer ou se machucar, e só com remédios, utensílios e alimentos da capital eles poderiam sobreviver. Para conquistar um patrocinador, um tributo deveria ter bom carisma e um bom desenvolvimento desde o desfile de abertura do jogos, até a ação na arena.*
- 8- Eu acho que é a hora de realmente surpreender, pois como dizem, a primeira impressão é a que fica. Eu gostaria de assistir, mas não participar.*
- 9- Criar um romance e atrair patrocinadores.*
- 10- Eu gosto, pois os leitores da saga sabem que Peeta realmente ama Katniss, e que no fundo, Katniss também sente algo por ele.*
- 11- Katniss é uma garota fatástica, apesar de ser explosiva. Mas ela corre atrás do que busca, além de ser bastante inteligente. Ela gosta bastante de caçar, apesar de ser ilegal, mas também é a sua única opção de sobreviver no seu Distrito.*
- 12- É que ela gosta de caçar com arco e flecha e armadilhas, então vive sempre em contato com a natureza.*
- 13- Além da sua beleza, o jeito de como ele é simples e não quer deixar ser levado pelos comandos da Capital.*
- 14- Ela passa a ser um símbolo, mais lembrada pelo tordo do seu broche, e pelas suas roupas nas apresentações que ficam 'em chamas'.*
- 15- Pela sua personalidade e habilidade com o arco e flecha.*

Sobre os artistas

- 1- Sua simpatia e humor, mesmo sendo pouco mostrados no filme.*

SUJEITO B

1- Feminino

2- 16 anos.

1- 4 vezes.

2- o fato de demonstrar algo tão real, que acontece hoje em dia, de maneira fictícia.

3- que as pessoas se comportam de forma "ignorante", pois aceitam passivamente coisas totalmente nocivas.

4-Sim, bbb , é um programa que serve de "alienação",onde as pessoas são tratadas como peças de um jogo.

5- Não, apesar de ser grande fã da saga, o principal propósito dela não é fazer as pessoas gostarem desse tipo de comportamento, mas abrir os olhos das pessoas para a realidade, para que isso não aconteça.

6- Katniss, Rue, Gale pois como muitas pessoas hoje em dia, tiveram que desempenhar um importante papel na família, o papel de sustentar e alimentar a todos.

7- enviar "dávivas" ou seja, coisas de sobrevivência que eles realmente necessitam no momento. Para conquista-las , os tributos precisam chamar a "atenção" dos telespectadores.

8- Foi algo de fato intencional, para que pudessem causar impacto logo de primeira. Não.

9- Provocar um tom de comoção nos telespectadores. Dessa forma, poderiam ter a atenção, e tendo a atenção, conseguiriam as dávivas.

10- Sim, pois a uma relação de união e convalescência entre ambos pelo fato de saberem tudo o que passam no seu distrito.

11- Apesar de aparentar ser alguém durona(por fora),é bastante madura e sentimental por dentro. É alguém coloca sua família em primeiro lugar sempre. E suas práticas não são realizadas por pura diversão, mas por questão de sobrevivência, como a caça, e a venda que é considerada ilegal.

12- É na natureza que ela se sente livre, pois naquele local, a natureza é o único local "puro" no qual ela pode ser ela de verdade, sem se preocupar com as consequências.

13- O fato de ser caridoso, e dar sua vida e se sacrificar por alguém que ama.

14- Passa a significar um símbolo de uma revolução.

15- Porque ela foi a primeira a não aceitar passivamente toda aquela situação.

1- O fato de ambas serem fortes, e ultrapassar todos os obstáculos da vida, e serem elas mesmas sempre.

2- Os dois são de fato caridosos, e estão sempre ao lado das pessoas que gostam.

3- Sim

4- Li, gostei mais do livro, pois com o livro nós próprios criamos o filme na nossa imaginação.

5-Bastante.

1 - Não

SUJEITO C

Sobre você

1 – Feminino

2 – 19 anos

Sobre o filme Jogos Vorazes

1 – Assisti uma vez no cinema. Em casa já não consigo mais contar, foram inúmeras.

2 – O regime político deles, a forma como as pessoas são tratadas, os jogos.

3 – Um horror.

4 – São apenas *realitys* e como o mesmo são pessoas em busca de algum certo interesse, mas no filme eles são forçados, nos que vemos no Brasil, as pessoas vão por vontade própria. Mas há sim uma certa semelhança.

5 – Se isso fosse real, acho que não acompanharia. Mas são épocas diferentes. Assim como as pessoas gostavam de ver os Gladiadores, se vivêssemos em outras épocas, talvez isso aconteceria.

6 – A Cara de Raposa, por que ela não usa muito da força e nem da ajuda de patrocinadores, mas sim, utilizada de sua inteligência. Mas de gosto, o Peeta sempre será meu favorito.

7 – Eles tem como importância “ajudar” os competidores que mais lhes agradam.

Como o romance do Peeta e da Katness, a força e o favoritismos dos carreiristas, etc.

8 – Acho que não gostaria.

9 – A princípio Peeta usa isso para salvar Katness, mas ele usa muito disso para se aproximar dela, na minha concepção.

10 – Eu adoro, sou doida pelo Peeta e a Katness. Fico com raiva dela a princípio devido o fato de ela enganar ele, mas depois fica tudo bem.

11 – Esforçada, arrogante e disposta a enfrentar qualquer coisa por aqueles que ama.

12 – Paixão. Katness ama a natureza e é o lugar onde ela melhor se sente.

13 – Seu amor por Katness. A forma de carinho que ele age, seu carisma.

14 – Pela sua coragem de enfrentar a capital.

Sobre os artistas

1 – Fisicamente apenas os cabelos, pois a cor da pele da personagem, ao contrario da atriz tem um tom mais forte. Sua personalidade acho que também seja diferente, já que a atriz se mostra muito mais despojada e divertida.

2 – A forma de agir dele. Josh se mostra muito carinho e que se importa pelas pessoas, acredito que essa seja a semelhança, fisicamente talvez os olhos. Pois o Peeta na verdade é alto, enquanto o Josh é baixo, seus cabelos são loiros, Josh deve sempre tingir os cabelos, etc.

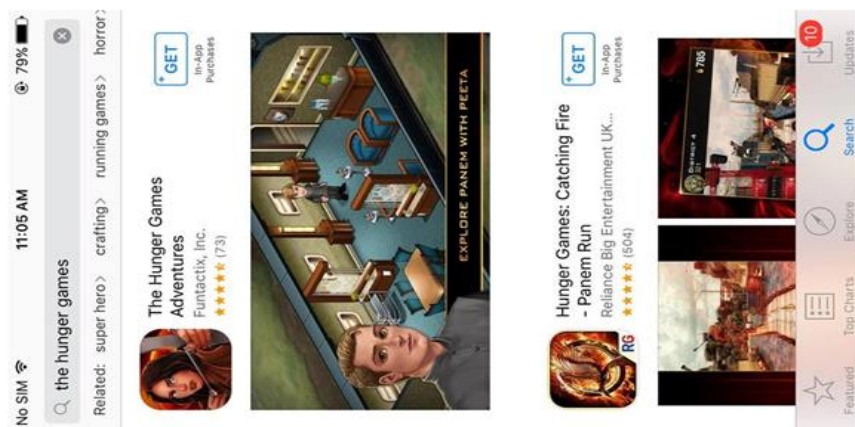
ANEXO J – Fotografias do lançamento do filme: Jogos Vorazes: A Esperança (part. I)

Fonte: Acervo pessoal.

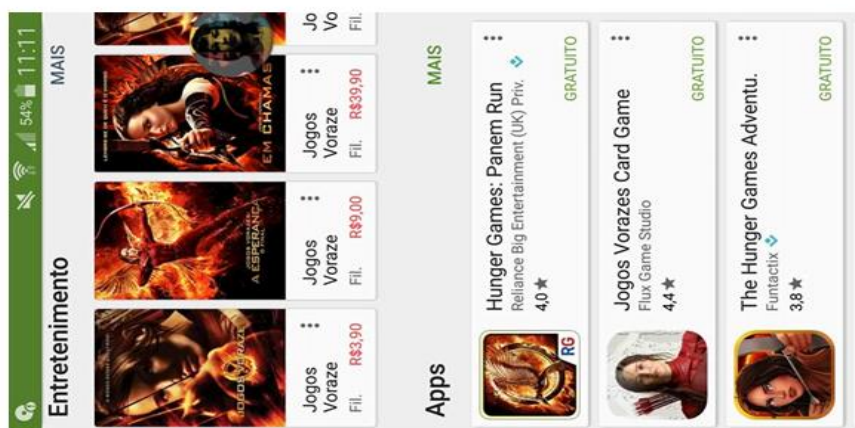
ANEXO L – Apresentação aos “tributos”, para perguntas e respostas, produzida pela autora

<p>Olá Tributos!!!</p> <p>Me chamo Carla Luedy e estou desenvolvendo minha pesquisa de mestrado sobre algumas temáticas levantadas pelo filme <i>Jogos Vorazes</i>, mais especificamente o primeiro da série!</p> <p>Parte fundamental do meu trabalho é encontrar com os fãs e perguntar: o que vocês acham do primeiro filme da série?</p> <p>A resposta pode ser encaminhada por e-mail, para carlaluedy@hotmail.com, e pode ter o tamanho que vocês quiserem! Não é necessário que vocês incluam dados pessoais, apenas idade e sexo.</p> <p>Conto com a ajuda de vocês para organizar uma boa dissertação e para tornar <i>Jogos Vorazes</i> um filme ainda mais pertinente para as pesquisas acadêmicas!</p>	<p>Olá Tributos!!!</p> <p>Me chamo Carla Luedy e estou desenvolvendo minha pesquisa de mestrado sobre algumas temáticas levantadas pelo filme <i>Jogos Vorazes</i>, mais especificamente o primeiro da série!</p> <p>Parte fundamental do meu trabalho é encontrar com os fãs e perguntar: o que vocês acham do primeiro filme da série?</p> <p>A resposta pode ser encaminhada por e-mail, para carlaluedy@hotmail.com, e pode ter o tamanho que vocês quiserem! Não é necessário que vocês incluam dados pessoais, apenas idade e sexo.</p> <p>Conto com a ajuda de vocês para organizar uma boa dissertação e para tornar <i>Jogos Vorazes</i> um filme ainda mais pertinente para as pesquisas acadêmicas!</p>	<p>Olá Tributos!!!</p> <p>Me chamo Carla Luedy e estou desenvolvendo minha pesquisa de mestrado sobre algumas temáticas levantadas pelo filme <i>Jogos Vorazes</i>, mais especificamente o primeiro da série!</p> <p>Parte fundamental do meu trabalho é encontrar com os fãs e perguntar: o que vocês acham do primeiro filme da série?</p> <p>A resposta pode ser encaminhada por e-mail, para carlaluedy@hotmail.com, e pode ter o tamanho que vocês quiserem! Não é necessário que vocês incluam dados pessoais, apenas idade e sexo.</p> <p>Conto com a ajuda de vocês para organizar uma boa dissertação e para tornar <i>Jogos Vorazes</i> um filme ainda mais pertinente para as pesquisas acadêmicas!</p>	<p>Olá Tributos!!!</p> <p>Me chamo Carla Luedy e estou desenvolvendo minha pesquisa de mestrado sobre algumas temáticas levantadas pelo filme <i>Jogos Vorazes</i>, mais especificamente o primeiro da série!</p> <p>Parte fundamental do meu trabalho é encontrar com os fãs e perguntar: o que vocês acham do primeiro filme da série?</p> <p>A resposta pode ser encaminhada por e-mail, para carlaluedy@hotmail.com, e pode ter o tamanho que vocês quiserem! Não é necessário que vocês incluam dados pessoais, apenas idade e sexo.</p> <p>Conto com a ajuda de vocês para organizar uma boa dissertação e para tornar <i>Jogos Vorazes</i> um filme ainda mais pertinente para as pesquisas acadêmicas!</p>
			

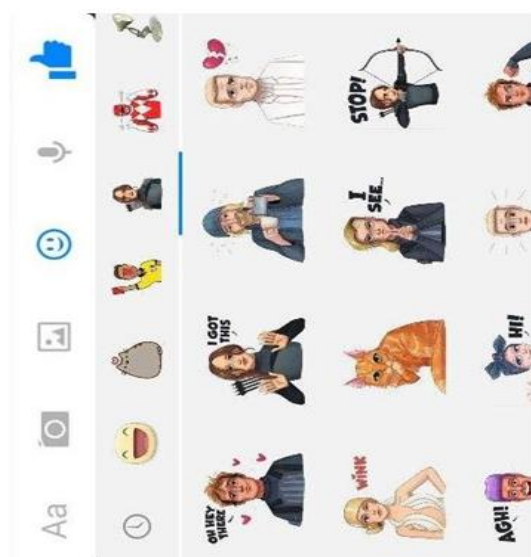
ANEXO M – Print screen da janela de conversação facebook, jogos gratuitos e da loja de aplicativos para celular (Brasile EUA)



Print screen (celular) – loja de aplicativos para celular (EUA)



Print screen (celular) – loja de aplicativos para celular (Brasil)



Print screen (celular) – janela de conversação privada do Facebook (Brasil e EUA)



Print screen (celular) – jogo gratuito para celular (Brasil e EUA)